



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
MERCADOTECNIA**

AUTOR: GUILCAPI DURÁN, CARLOS DAVID

**TEMA: ANÁLISIS DE MERCADO PARA EL DISEÑO DE CONTENIDOS
DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD
DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE, PARA EL AÑO 2014**

DIRECTOR: ING. MOSCOSO, FRANCISCO IVÁN

CODIRECTOR: DR. SOASTI, MARCO ANTONIO

SANGOLQUÍ, FEBRERO 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

Ing. Francisco Moscoso y Dr. Marco Soasti

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado **‘Análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para el año 2014’** realizado por el señor **Carlos David Guilcapi Durán**, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a que ésta servirá como fuente de información para futuros estudios, por la veracidad de los datos expuesto, recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf).

Autorizan a **Carlos David Guilcapi Durán** que lo entregue al Dr. Marco Antonio Soasti, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 19 de febrero de 2014.

Ing. Francisco Moscoso T.

DIRECTOR

Dr. Marco Soasti V.

CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

CARLOS DAVID GUILCAPI DURÁN

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado '**Análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para el año 2014**', ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, 19 de febrero de 2014.

Carlos David Guilcapi Durán

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Carlos David Guilcapi Durán

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo **‘Análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para el año 2014’**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 19 de febrero de 2014.

Carlos David Guilcapi Durán

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios por ayudarme, guiarme y bendecirme en todo este tiempo de carrera universitaria. A Él se lo debo todo.

A mis padres amados: Olguita y Carlitos.

A mi tía favorita: Laurita

A mis ñaños queridos: Carlita y Dieguito.

A mis grandes amigos: Deivid M, Edu, Adrián, David G.

A mi club favorito: Espe Al Máximo

Agradecimiento

Agradezco a Dios por crearme, cuidarme y escogerme para cumplir sus planes y propósitos. Gracias por ver en mí, mucho más de lo que yo puedo ver.

Agradezco a mis padres Chavi y Calín y a mi tía Lauri, por confiar siempre en mí, por mantenerse siempre unidos, y por demostrarme que el cordón de tres dobleces no se rompe fácilmente.

Agradezco a mis ñaños Carlita y Diego por ser mi ejemplo y gran inspiración, gracias por cuidarme, enseñarme y comprenderme. Son una gran bendición para mi vida.

Agradezco a mis grandes amigos de la Iglesia Cdfc, muchas gracias porque en ustedes puedo descubrir el amor de Dios para mi vida.

Agradezco a mis amigos de la Universidad, gracias por todos los grandes momentos que me permitieron compartir con ustedes.

Agradezco a mi gran amigo David Macas por siempre estar ahí y sobre todo por creer y confiar en mí, eres una gran bendición amigo.

Agradezco a mi club favorito, Espe Al Máximo, por demostrarme que la Universidad es mucho más que conseguir un título, es establecer amistades y unir propósitos que durarán por la eternidad.

Agradezco a Ing. Giovanni Herrera y a Dr. Marco Soasti por toda la ayuda y el apoyo brindado, no sólo en este proyecto, sino también en toda mi carrera universitaria.

Agradezco a Ing. Francisco Moscoso por su gentil colaboración al tomar la dirección de mi proyecto de grado.

Agradezco a mi célula, gracias por desafiarme a ser mejor día tras día.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1 Introducción	1
1.2 Planteamiento del Problema.....	3
1.3 Objetivos	5
1.4 Preguntas de investigación.....	5
1.5 Justificación de objetivos	6
1.6 Hipótesis.....	8
1.7 Metodología	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Fundamentación teórica – epistemología del programa de Maestría en Turismo	10
2.2 Desarrollo histórico del programa de Maestría en Turismo.....	21
2.3 El programa de Maestría en Turismo en el contexto nacional e internacional ...	26
2.4 El sistema de evaluación y acreditación para el aseguramiento de la calidad en la educación superior en el Ecuador.....	37
2.5 Reglamento para la Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Grado y Posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas.....	43
CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO DEL PROBLEMA.....	45
3.1 Análisis situacional	45
2.2 Análisis de la demanda.....	52
3.3 Análisis de la oferta.....	92
3.4 Segmentación	95
3.5 Posicionamiento	98
3.6 Medición de mercado.....	100
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	103
4.1 Análisis situacional	103
4.2 Análisis de la demanda.....	117

4.3 Análisis de la oferta.....	173
4.4 Segmentación	177
4.5 Posicionamiento	180
4.6 Medición del mercado.....	182
CAPÍTULO 5: PROPUESTA DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO.....	184
5.1 Descripción de la propuesta	184
5.2 Descripción del programa	185
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	213
6.1 Conclusiones	213
6.2 Recomendaciones.....	214
BIBLIOGRAFÍA.....	215
ANEXOS	219
1. Número de profesionales existentes en el Distrito Metropolitano de Quito	220
2. Encuesta aplicada a los estudiantes prospectos del programa de maestría en turismo.....	221
3. Solicitudes para levantamiento de encuestas en el Ministerio de Turismo.....	224
4. Solicitud para levantamiento de encuestas en Escuela Héroes del Cenepa	226
5. Instructivo para llenar encuestas, requerimiento por parte del Ministerio de Turismo.	227
6. Texto del correo electrónico enviado a participantes del programa	230
7. Texto del correo electrónico solicitando entrevistas a Empresas del Sector.	231
8. Guía de preguntas para entrevistas a empresas	232
9. Codificación del cuestionario para el ingreso al Software SPSS 15.....	233
10. Sílabus de contenidos relacionados a los contenidos propuestos para el programa de maestría en turismo.	238

LISTADO DE TABLAS, GRÁFICOS Y ANEXOS

Índice de Tablas

Tabla 1 Plataforma Apologética.....	16
Tabla 2 Plataforma Precautoria.....	17
Tabla 3: Programas de Maestría en Turismo en Universidades Latinoamericanas ...	30
Tabla 4: Programas de Maestría en Turismo en Universidades Ecuatorianas	35
Tabla 5: Total de titulados registrados en el Distrito Metropolitano de Quito	54
Tabla 6: Áreas de conocimiento establecidas por la UNESCO	56
Tabla 7: Subáreas del conocimiento establecidas por la UNESCO – Área Servicios	56
Tabla 8: Composición del Universo de estudio	57
Tabla 9: Matriz de encuesta para estudiantes prospecto	61
Tabla 10: Universidades, Escuelas Politécnicas y Escuelas de Negocios Nacionales	71
Tabla 11: Costo de los Programas de Maestría en Turismo en instituciones nacionales	73
Tabla 12: Intervalos de precios para el Programa de Maestría en Turismo en la ESPE.....	73
Tabla 13: Sectores Económicos según la Revista EKOS Negocios	81
Tabla 14: Empresas de Hotelería y Servicios Turísticos según Revista Ekos 2012 ..	83
Tabla 15: Matriz de entrevista para el sector empresarial.....	86
Tabla 16: Programas de maestría en turismo en Ecuador	93
Tabla 17: Ingresos por Turismo / Exportaciones (Mill. USD)	103
Tabla 18: Número de Profesionales Titulados en Quito	105
Tabla 19: Objetivos del Turismo Sostenible.....	106

Tabla 20: Categorización de Universidades con oferta académica de pregrado.....	108
Tabla 21: Cursos de Turismo en Ecuador	109
Tabla 22: Número de profesionales en Quito en el área de servicios	111
Tabla 23: Modelo Institucional de Posgrado - Infraestructura.....	113
Tabla 24: Oferta de Programas de Maestría de Turismo en el Ecuador	114
Tabla 25: Modelo para la evaluación del entorno de aprendizaje de carreras	116
Tabla 26: Género.....	117
Tabla 27: Lugar de Residencia.....	118
Tabla 28: Título de tercer nivel obtenido.....	118
Tabla 29: Denominación del título obtenido.....	119
Tabla 30: Área del conocimiento a la que pertenece la carrera	120
Tabla 31: Frecuencia área del conocimiento.....	121
Tabla 32: ¿Actualmente trabaja?.....	122
Tabla 33: Modalidad de Trabajo	122
Tabla 34: Ubicación de la empresa	122
Tabla 35: Sector al que pertenece la empresa	123
Tabla 36: Área en la que desempeñan su trabajo.....	123
Tabla 37: Actividad desarrollada como profesional independiente.....	124
Tabla 38: Proyección profesional	125
Tabla 39: Disposición de compra.....	125
Tabla 40: Razón de decline	126
Tabla 41: Clase de institución en la que optaría por estudiar una Maestría en Turismo.....	127
Tabla 42: Preferencia Instituciones Educativas Nacionales.....	127
Tabla 43: Factores de decisión para la elección de una Institución Educativa	128

Tabla 44: País en el extranjero en el cual estudiaría una Maestría en Turismo	129
Tabla 45: Fuentes de información sobre la oferta de programas de maestría	130
Tabla 46: Valor que estaría dispuesto a pagar por un Programa de Maestría en Turismo.....	131
Tabla 47: Forma de pago.....	131
Tabla 48: Régimen de estudios	132
Tabla 49: Orientación del Programa de Maestría en Turismo	133
Tabla 50: Interés tipos de turismo	134
Tabla 51: Factores para la elección de un programa de maestría en turismo	135
Tabla 52: Contenidos Maestría Turismo.....	136
Tabla 53: Lugar de residencia - Género	139
Tabla 54: Lugar de residencia – Título obtenido	140
Tabla 55: Lugar de residencia – Modalidad de trabajo.....	141
Tabla 56: Lugar de residencia – Sector al que pertenece la empresa.....	142
Tabla 57: Lugar de residencia – Proyección profesional	143
Tabla 58: Lugar de residencia – Disposición de compra	144
Tabla 59: Lugar de residencia – Razón de decline	145
Tabla 60: Lugar de residencia – Institución educativa.....	146
Tabla 61: Profesionales de Quito – Preferencia universidades	147
Tabla 62: Profesionales de otras provincias – Preferencia universidades.....	148
Tabla 63: Profesionales de Quito – Factores de decisión	149
Tabla 64: Profesionales de otras provincias – Factores de decisión	150
Tabla 65: Lugar de residencia – Información de la oferta	151
Tabla 66: Lugar de residencia - Precio	152
Tabla 67: Lugar de residencia – Forma de pago	153

Tabla 68: Profesionales de Quito – Orientación del programa	154
Tabla 69: Profesionales de otras provincias – Orientación del programa.....	155
Tabla 70: Profesionales de Quito – Tipo de turismo.....	156
Tabla 71: Profesionales de otras provincias – Tipo de turismo	157
Tabla 72: Profesionales de Quito – Factores de elección	158
Tabla 73: Profesionales de otras provincias – Factores de elección	159
Tabla 74: Lugar de residencia – Régimen de estudio	160
Tabla 75: Entrevista empresa Hotel Casino Plaza	161
Tabla 76: Entrevista Ministerio de Turismo	162
Tabla 77: Entrevista empresa Ocean Adventures	163
Tabla 78: Entrevista empresa Ecuadorian Tours	164
Tabla 79: Entrevista empresa Hotel Marriott.....	165
Tabla 80: Entrevista empresa Metropolitan Touring	166
Tabla 81: Oferta de programas de maestría en turismo en el país.	174
Tabla 82: SEGMENTO 1 – Profesionales que residen en la ciudad de Quito.....	177
Tabla 83: SEGMENTO 2 – Profesionales que residen en otras provincias.....	179
Tabla 84: Concepto de posicionamiento	181
Tabla 85: Comunicación del posicionamiento.....	181
Tabla 86: Mezcla de marketing para el posicionamiento	182
Tabla 87: Comportamiento del entorno	183
Tabla 88: Perfil de ingreso del estudiante	189
Tabla 89: Proyección de matrículas de primer año y total del programa.....	195
Tabla 90: Presupuesto anual del programa de la maestría	196
Tabla 91: Plan de estudios del programa de maestría en turismo	198
Tabla 92: Sistema de aprobación de asignaturas de postgrado	205

Tabla 93: Sistema de evaluación de profesores e investigadores	205
Tabla 94: Propuesta de asignaturas en base a competencias y resultados de aprendizaje.....	211
Tabla 95: Codificación del cuestionario para el ingreso al Software SPSS 15.....	233

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Factores del Macroambiente	46
Ilustración 2: Las 5 fuerzas competitivas de Porter	48
Ilustración 3: Proceso para realizar un análisis interno.....	50
Ilustración 4: Lugar de Residencia.....	118
Ilustración 5: Área del conocimiento de los títulos obtenidos	121
Ilustración 6: Ubicación de la empresa en la que trabajan.....	123
Ilustración 7: Área en la que desempeñan su trabajo.....	124
Ilustración 8: Actividad desarrollada como profesional independiente.....	124
Ilustración 9: Razón de decline	126
Ilustración 10: Preferencia Instituciones Educativas Nacionales.....	128
Ilustración 11: Factores de decisión para la elección de una Institución Educativa	129
Ilustración 12: País en el extranjero en el cual estudiaría una Maestría en Turismo	130
Ilustración 13: Valor que estaría dispuesto a pagar por un Programa de Maestría en Turismo	131
Ilustración 14: Orientación del Programa de Maestría en Turismo	133
Ilustración 15: Interés tipos de turismo.....	134
Ilustración 16: Factores para la elección de un programa de maestría en turismo ..	135
Ilustración 17: Contenidos Maestría Turismo.....	137
Ilustración 18: Lugar de residencia - Género.....	139

Ilustración 19: Lugar de residencia – Título obtenido	140
Ilustración 20: Lugar de residencia – Modalidad de trabajo	141
Ilustración 21: Lugar de residencia – Sector al que pertenece la empresa.....	142
Ilustración 22: Lugar de residencia – Proyección profesional	143
Ilustración 23: Lugar de residencia – Disposición de compra	144
Ilustración 24: Lugar de residencia – Razón de decline	145
Ilustración 25: Lugar de residencia – Institución educativa.....	146
Ilustración 26: Profesionales de Quito – Preferencia universidades	147
Ilustración 27: Profesionales de otras provincias – Preferencia universidades.....	148
Ilustración 28: Profesionales de Quito – Factores de decisión	149
Ilustración 29: Profesionales de otras provincias – Factores de decisión	150
Ilustración 30: Lugar de residencia – Información de la oferta	151
Ilustración 31: Lugar de residencia - Precio	152
Ilustración 37: Lugar de residencia – Forma de pago	153
Ilustración 33: Profesionales de Quito – Orientación del programa	154
Ilustración 34: Profesionales de otras provincias – Orientación del programa.....	155
Ilustración 35: Profesionales de Quito – Tipo de turismo	156
Ilustración 36: Profesionales de otras provincias – Tipo de turismo	157
Ilustración 37: Profesionales de Quito – Factores de elección	158
Ilustración 38: Profesionales de otras provincias – Factores de elección	159
Ilustración 39: Lugar de residencia – Régimen de estudio	160

Índice de Anexos

1. Número de profesionales existentes en el Distrito Metropolitano de Quito	220
2. Encuesta aplicada a los estudiantes prospectos del programa de maestría en turismo.....	221
3. Solicitudes para levantamiento de encuestas en el Ministerio de Turismo.....	224
4. Solicitud para levantamiento de encuestas en Escuela Héroes del Cenepa	226
5. Instructivo para llenar encuestas, requerimiento por parte del Ministerio de Turismo.	227
6. Texto del correo electrónico enviado a participantes del programa	230
7. Texto del correo electrónico solicitando entrevistas a Empresas del Sector.	231
8. Guía de preguntas para entrevistas a empresas	232
9. Codificación del cuestionario para el ingreso al Software SPSS 15.....	233
10. Sílabus de contenidos relacionados a los contenidos propuestos para el programa de maestría en turismo.....	238

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto fue desarrollado con el fin de contribuir a la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE a través del desarrollo de una propuesta de contenidos para un programa de Maestría en Turismo de manera que éste pueda ser incorporado a su oferta académica. Para la elaboración de este proyecto se desarrolló una investigación de mercados a fin de comprender el escenario actual en el que se encuentra la educación nacional en relación al turismo. Dentro de la investigación documental se analizó el origen de esta actividad, su evolución y crecimiento, su importancia como reactivador de la economía, y los aportes de varios autores especialistas en el campo, que contribuyeron para tener un panorama completo sobre el turismo y la formación educativa dentro de este sector en el Ecuador. La investigación de mercados contó con el apoyo de profesionales que actualmente se encuentran desempeñando sus labores dentro de empresas que son referentes en el sector turístico. Sus opiniones, criterios, experiencias y recomendaciones contribuyeron para la elaboración de contenidos dentro del programa de maestría en turismo, así como también permitieron conocer la realidad y la aplicabilidad del turismo en la organización. Como resultado de la investigación, se puede concluir que existe gran interés por parte de los profesionales de tercer nivel, para cursar un programa de maestría en turismo orientado a la planificación de actividades turísticas y al ecoturismo, lo que facilitó el diseño de la propuesta, la cual constituye un primer acercamiento de la institución para el programa de maestría en el área. Se recomienda tomarlo en consideración para la elaboración del proyecto final del programa.

Palabras clave:

- Investigación de Mercados,
- Educación Nacional,
- Diseño de Contenidos,
- Maestría en Turismo
- Propuesta.

SUMMARY

This project was held in order to contribute to the University of the Armed Forces - ESPE through the development of a contents' proposal for a Master Degree in Tourism Program. Before the development of the proposal, a tough research had place for understanding the current scenario of touristic activities in the national education, the origin of tourism, its evolution and its importance in the reactivation of the Ecuadorian economy. As an addition, a review of the contributions of the authors who helped to build the field's knowledge was done for determining the variables included in the survey. The market research was held in two phases, the first one, was a research among public and private organizations trough personal interviews to human resources executives. The second one, and was a massive survey to employees in these organizations. Both of the phases lead the project to the contents' proposal design which includes management and ecotourism as its major subjects, and economy as its main research program. This program is aligned to the needs of training that the tourism professionals have. The university could use this project as an option in the preparation of the program offer.

Key words:

- Market research
- National education
- Academic offer
- Contents' proposal
- Master Degree in Tourism Program.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

En los últimos 5 años, el Estado ecuatoriano, en su deseo de crear una economía sostenible y de generar bienestar para todos los ciudadanos, aprobó una nueva Constitución en la que se modificaron algunas reformas en cuanto al modelo de planificación y desarrollo. Además, se creó un Plan de Desarrollo o también conocido como Plan Nacional del Buen Vivir el cual tiene como eje principal el desarrollo integral de los ecuatorianos y una distribución equitativa de los recursos con los que cuenta el país. Todos estos cambios significativos se han convertido en un nuevo reto, no únicamente para el Gobierno, sino también para todos los entes o agentes económicos que trabajan directamente por el cumplimiento de los objetivos y metas que se ha propuesto el Estado.

Uno de los objetivos que están establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir es el de impulsar la transformación de la matriz productiva a través de la conformación de nuevas industrias y de la promoción de nuevos sectores, lo cual representa un reto sumamente grande para el país. Dentro de este objetivo, uno de los sectores que se está impulsando fuertemente, es el Turismo, sector que representa la sexta fuente de ingresos más importante para el Ecuador, razón por la cual, su desarrollo es de gran importancia para el cumplimiento de este objetivo. Además, según la página oficial del Ministerio de Turismo, lo que se busca, es hacer del turismo la principal fuente de ingresos para el país, para ello se invertirá 660 millones de dólares en los próximos 4 años para la creación de campañas y programas nacionales que impulsen al Ecuador como atractivo turístico, sin embargo se necesitará la participación conjunta entre el sector público y privado para lograr los resultados deseados.

En esta perspectiva, el sector público adquiere el rol principal dentro de la gestión, ya que tiene incidencia directa en los resultados que genera el sector turístico. Es decir, el Estado ordena y regula, y el sector privado se centra en el servicio, ya que éste cuenta con la infraestructura necesaria (agencias, empresas, restaurantes, hoteles) para el desarrollo de las actividades turísticas.

Debido a que el Turismo es un sector que cada año toma más fuerza en nuestro país, no solamente como una actividad, sino también como un ente que contribuye y reactiva la economía nacional, los programas de estudios referentes a este tema representan hoy en día una nueva oportunidad y un reto muy grande para las universidades en el Ecuador, ya que la instrucción y enseñanza a la población, ha llegado a convertirse en un eje fundamental en el cual está enfocado el Gobierno.

El Estado, las empresas y los profesionales en Turismo, trabajan conjuntamente a fin de crear programas que impulsen la educación y el trabajo dentro de este campo, y además buscan motivar a los ecuatorianos a desarrollar esta importante actividad.

De esta manera y con el fin de contribuir con el desarrollo del país, se desarrollará el presente estudio enfocado en el área de turismo, que si bien es cierto es un tema sumamente complejo, representa una gran oportunidad de crecimiento profesional y a nivel nacional. El producto del presente estudio se convertirá en una herramienta que permitirá direccionar el desarrollo del país, al nivel deseado.

El presente estudio se enfocará en la creación de un programa de maestría en turismo en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, buscando desarrollar la mejor propuesta frente a la que se oferta en las demás universidades del país, vinculados a los objetivos, políticas y proyectos públicos que se encuentran en etapa de ejecución, a fin de proveer a la sociedad de profesionales especializados, que con

sus actividades contribuyan a la búsqueda de mejores soluciones y alternativas a los problemas del país.

Finalmente, se busca plantear un programa de maestría, que cumpla con las expectativas de sus estudiantes y que a largo plazo se convierta en un referente para otros países que desean incorporar las actividades turísticas a sus planes de desarrollo.

1.2 Planteamiento del Problema

La Constitución de la República del Ecuador tiene como fin la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art. 276). Para alcanzar aquello, se ha desarrollado un Plan Nacional de Desarrollo o también conocido como Plan Nacional del Buen Vivir en el cual se ha propuesto una serie de objetivos que contribuyen directamente al fiel cumplimiento de dichos objetivos y a la consolidación de una economía rentable y sostenible, generando bienestar en el pueblo ecuatoriano. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Uno de los objetivos del PNBV¹ es el de impulsar la transformación de la matriz productiva a través de conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. (SENPLADES, 2013)

Impulsar el turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, y posicionarlo como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el

¹ PNBV: Abreviatura para Plan Nacional del Buen Vivir

sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente son los lineamientos estratégicos que propone el PNBV a fin de cumplir con lo establecido y planificado en dicho objetivo. (SENPLADES, 2013)

El turismo en el Ecuador, representa un eje fundamental para la reactivación de la economía, es por esta razón que se han elaborado una serie de proyectos y programas que permitirán aprovechar las oportunidades que brinda este sector.

La Escuela Politécnica del Ejército, en su interés por contribuir al cumplimiento de las metas y objetivos que tiene el Estado ecuatoriano, ha optado por el desarrollo de un estudio que le permita diseñar un programa de maestría enfocado en el turismo, con el fin de:

- Mejorar su oferta académica y aumentar los campos de investigación, y
- Aprovechar las innumerables opciones turísticas que ofrece el país a sus visitantes y contribuir al desarrollo de las localidades que han convertido al turismo en su principal fuente de ingresos.

Es así que, una vez tomados en cuenta: los fines que persigue la Constitución ecuatoriana respecto a una economía sólida, los objetivos que desea alcanzar el Plan Nacional del Buen Vivir para el periodo 2013-2017 en cuanto a impulsar la transformación de la matriz productiva y el interés que tiene la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE por contribuir al cumplimiento de las metas que ha planificado el Estado ecuatoriano a través de la mejora de su oferta académica, se debe realizar un estudio de mercado sobre el desarrollo de diversos programas de maestría. En el presente caso, referente al Turismo.

1.3 Objetivos

a. Objetivo General

Realizar un análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para el año 2014.

b. Objetivos Específicos

- i. Realizar un análisis introductorio sobre las maestrías con especialización en turismo que se ofertan en el país, a fin de tener un conocimiento sobre los contenidos que se imparten en las mismas.
- ii. Definir un marco teórico específico que identifique la estructura de los programas de posgrado en turismo a través de referentes dentro y fuera del país.
- iii. Definir la metodología de investigación que se utilizará en el estudio, que permita identificar las características de la demanda y oferta que viabilicen el diseño de contenidos de los programas de maestría en turismo de la ESPE.
- iv. Realizar un análisis de resultados generados por el levantamiento de la información una vez que se ha desarrollado el estudio de mercado.
- v. Desarrollar una propuesta para el diseño del programa de la maestría en turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

1.4 Preguntas de investigación

Para la realización del presente estudio es necesario plantearse las siguientes preguntas de investigación, las cuales contribuirán al desarrollo de la propuesta de contenidos del programa.

Al hacerlo en forma de pregunta se tiene la ventaja de presentarlo de manera directa minimizando posibles distorsiones. (Hernández Sampieri, Fernández - Collado, & Baptista Lucio, 2006)

TEMA: Análisis de mercado para el diseño de contenidos del programa de Maestría en Turismo de la ESPE, para el año 2014.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

- ✓ ¿Cuáles son las características de la demanda primaria y secundaria con respecto a los programas de maestrías en turismo dentro y fuera del país?
- ✓ ¿Cuáles son las características de la oferta en los programas de maestrías en turismo dentro y fuera del país?

1.5 Justificación de objetivos

La Constitución de la República del Ecuador 2008 considera la planificación como el instrumento fundamental y rector del Estado, la misma que permite alcanzar los objetivos del buen vivir.

Según la disposición constitucional contenida en el Art². 280, el Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir, es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinará las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

² Art: Abreviatura para artículo

Este plan se enfoca en una transformación en la estructura del Estado orientándose a alcanzar el desarrollo en base al impulso de una economía endógena, participativa y equitativa, que se enmarque en la filosofía del buen vivir. La planificación coadyuva la integración del Estado nacional con cada uno de sus territorios, teniendo en cuenta sus particularidades y potencialidades.

Dentro de este marco el Plan Nacional de Desarrollo tiene como una de sus estrategias: la Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario donde uno de sus ejes impulsa el turismo de naturaleza especialmente el comunitario considerando que esta actividad permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza siendo consecuentes con los objetivos de desarrollo que buscan, entre otros aspectos, establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

El turismo como actividad económica en el Estado ecuatoriano es cada vez más importante a tal punto de convertirse en la sexta fuente de ingresos económicos³ después del petróleo, el banano, camarón y los derivados del petróleo como productos de exportación. (Ministerio de Turismo, 2013)

Es así que la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en su deseo de aprovechar las oportunidades que brinda el sector turístico y con el fin de ampliar su oferta académica y sus campos de investigación, realizará un estudio para diseñar los contenidos para un programa de maestría en turismo.

³ Ubicación del turismo considerando los Ingresos por exportaciones en millones de USD 2011-2012.

1.6 Hipótesis

Para el presente proyecto de investigación, se han definido las siguientes hipótesis:

1. La demanda por programas de maestría en turismo en nuestro país es alta, esto se debe a la amplia variedad de actividades en las cuales se puede aplicar estos estudios. También se debe a que el sector empresarial, requiere de profesionales mejor capacitados en este campo.
2. Si bien es cierto que existen programas de maestría en turismo que se ofertan en los institutos universitarios de nuestro país, sus contenidos no cubren las expectativas de los interesados que buscan acceder a ellos.

1.7 Metodología

Tipo de estudio

En cuanto al tipo de investigación que se utilizará en el proyecto se realizarán; la investigación de campo, este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen de entrevistas y encuestas; y la investigación descriptiva, mediante este tipo de investigación se utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. (Sierra Bravo, 1999)

Técnicas e instrumentos

Para el presente proyecto de investigación, es necesario recopilar información y datos útiles para la conformación del estudio de mercado, y es por ellos que se utilizará las siguientes técnicas de investigación:

1. Entrevistas a profundidad a expertos en el tema.
2. Encuestas a profesionales, estudiantes e interesados en el área de turismo.

Procedimientos

Para la elaboración de este proyecto, es necesario recopilar información y datos útiles para la posterior redacción de la propuesta, por esta razón se utilizará: libros, artículos, noticias, investigaciones realizadas como parte de la información secundaria, y grupos focales, entrevistas a profundidad y la encuesta como técnicas de investigación que proporcionarán la información primaria:

- *Entrevistas a profundidad*: Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (Portal de Relaciones Públicas, 2012)
- *La encuesta*: Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Además, se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas (Portal de Relaciones Públicas, 2012).

Una vez obtenida la información tanto primaria como secundaria, se procederá al análisis de datos e información, para después realizar el diseño de la propuesta sobre el tema de investigación. Finalmente se construirán las conclusiones y recomendaciones de todo el estudio.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación teórica – epistemología del programa de Maestría en Turismo

La epistemología como teoría del conocimiento se ocupa de problemas tales como circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a la obtención del conocimiento, y los criterios por los cuales se lo justifica o invalida, así como la definición clara y precisa de los conceptos epistémicos más usuales, tales como verdad, objetividad, realidad o justificación. (Ferrier, 1854)

Una cuestión poco analizada a fondo es la epistemología del turismo y de lo turístico. Si se entiende que el turismo es el fenómeno manifiesto de los desplazamientos turísticos de ida y vuelta por el individuo, motivado por diferentes circunstancias; lo turístico viene a ser esa cualidad que de ello se desprende, propiciando explicaciones, discursos y “teorizaciones” que dan lugar a distintos niveles de conocimientos de ese objeto de estudio. (Castillo Nechar, 2007).

Si bien es cierto, existe una contribución importante al estudio del turismo y de lo turístico que se refleja en los aportes de la literatura académica internacional en esta materia; sin embargo, desde el ángulo sociológico como económico ha dominado una perspectiva positivista, es decir, que el turismo es un sector que brinda muchas oportunidades para la economía de un país y que no tiene impactos negativos sobre el mismo. Por esta razón, es necesario abrir el estudio del turismo y lo turístico al ámbito sociológico pero más aún al campo de las ciencias sociales con un enfoque interdisciplinario, multidisciplinario y hasta híbrido (Castillo Nechar, Inter, multidisciplinaria e hibridación en los estudios socioculturales del turismo, 2005) bajo un carácter crítico - reflexivo que establezca nuevos sentidos y significados a los objetos estudiados e investigados. El turismo y la industria de los viajes, junto con el

petróleo y la industria automotriz, comprenden las tres más grandes actividades económicas internacionalmente hablando, en nuestro tiempo. (Apostolopoulos, Leivadi, & Yiannakis, 2002) Por esta razón una epistemología del turismo rigurosa implica no copiar argumentos tradicionales sino efectuar una investigación de cada uno de los factores y actores del turismo en la actualidad, con los fundamentos convencionales; pero romper con la tradición no significa necesariamente establecer un nuevo discurso, más bien comprender que la dificultad a la que se enfrenta un nuevo conocimiento es sobrepasar los límites que sólo constituyen un estadio provisional de su desarrollo.

Cuando se indica que el turismo es un fenómeno de muchas facetas el cual debiera ser objeto de estudio y de investigación implica reconocer que es el hombre en sociedad quien está en el centro de su análisis; el encuentro con otras civilizaciones, culturas, historias, tradiciones y prácticas genera repercusiones e impactos en los hábitos, formas de vida, valores y costumbres que pueden ser positivos o negativos. Unido a ello, las noticias sobre guerrillas locales, terrorismo, epidemias, desastres naturales, conflictos políticos, entre otros similares, hacen del turismo un hecho extremadamente sensible y vulnerable que retrae y dificulta su actividad. Por ello, es necesario e imperativo que se genere investigación seria y rigurosa que explique y permita desarrollar planes para enfrentar las diferentes contingencias.

En este contexto, el turismo puede verse afectado por la concentración del poder económico en unas cuantas empresas multinacionales que controlan económicamente su actividad frenando su desarrollo. Este control se manifiesta de manera vertical incidiendo simultáneamente en el manejo de grandes compañías operadoras, aerolíneas, agencias de viajes, cadenas hoteleras y otras similares. Esta

situación genera intereses de poder económico en el turismo que se relaciona a las decisiones que asumen los grandes consorcios para dirigir la afluencia de turistas de un país a otro, donde sus inversiones generan mayores ganancias (Goldstone, 2003). Incluso esta manera de controlar el turismo a nivel mundial hace que muchas naciones en vías de desarrollo, se sometan a una política mundial que vulnera su soberanía y autonomía.

En ese sentido, no se puede negar que el turismo es una industria internacional que se posiciona en la cima de muchas economías mundiales y que da empleo a millones de personas. Por lo tanto, el turismo representa una actividad que exige que las personas que desarrollan sus actividades en este contexto, dispongan de programas educativos, de entrenamiento y de capacitación. Respecto a la educación, el entrenamiento y la capacitación para el turismo existen dos opciones de acuerdo a Castillo Nechar (2007) están claramente diferenciadas:

1. **La profesional:** da énfasis al estudio y aplicación del turismo para la empresa y los negocios. Los egresados de las licenciaturas en turismo en este ámbito son aptos para manejar, promover y otorgar servicios que necesita el mercado turístico. El énfasis en muchos programas de este tipo es producir un buen entrenamiento profesional para quienes van a dedicarse a emplear o emprender un negocio en la industria turística.
2. **La académica:** ésta enfatiza en el análisis del turismo como un fenómeno social y un objeto de estudio. En este sentido, el motivo central radica en la necesidad de describir, explicar y entender el fenómeno turístico pero, más aún, de generar fundamentos teóricos que permitan construir una base para el desarrollo de las actividades turísticas, cuando éstas se trasladan a las diferentes realidades de los países. La importancia de este tipo de estudios es que a menudo las explicaciones

y análisis permiten trasladarse y aplicarse directamente al turismo, con claros beneficios para la industria turística y sus profesionales. Sin embargo, el objetivo principal de esta perspectiva es el análisis, explicación y entendimiento del turismo y de lo turístico que permita crear y producir conocimientos nuevos, teorías y eventualmente contribuir a su fundamento epistemológico.

En la actualidad el estudio del turismo sugiere que éste puede verse desde dos perspectivas: la primera, el turismo aparece como una estrategia de desarrollo socioeconómico para las naciones subdesarrolladas; y la segunda, el turismo se convierte en una estrategia de mayor acumulación capitalista para las naciones desarrolladas. Es cierto, que en los últimos treinta años un gran número de sociólogos y antropólogos han puesto su atención en el crecimiento del turismo como un importante fenómeno económico y cultural que genera grandes impactos tanto en naciones desarrolladas como en las subdesarrolladas. No se puede negar que el turismo se ha convertido en un importante factor en el desarrollo económico a nivel mundial, sin embargo, también se ha mantenido como una actividad realizable por las personas en su tiempo libre. Además, existe una gran cantidad de estudios que tratan sobre temas relativos al turismo y su aplicación en los diferentes campos complementarios a éste, tales como: marketing turístico, industria turística, y el manejo gerencial en empresas turísticas.

Aun cuando existe una amplia variedad de tendencias en el estudio del turismo y de lo turístico, es necesario entender la manera en que se originaron.

Origen y evolución del estudio del turismo

El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Si recordamos a los seres humanos nómadas o sedentarios, nos estamos refiriendo a los primeros turistas.

El turismo ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turismo incremente cada vez más su importancia a nivel mundial. (Nur, 2011)

A lo largo de la historia se encuentran diferentes etapas del turismo, en las que se puede destacar por ejemplo a:

- Las exploraciones geográficas para el intercambio comercial.
- Los viajes migratorios realizados por los conocidos como trashumantes⁴ principalmente para la expansión cultural.
- Los viajes religiosos, conocidos también como peregrinaciones que comenzaron en la edad media.
- Los viajes políticos y los viajes deportivos que empiezan con las Olimpiadas realizadas por los griegos de la antigüedad en honor a los dioses del Olimpo.

La evolución del turismo está dividida en épocas, cada una con motivos y características del turismo que las hacen sobresalir. Éstas son:

- *Época griega.* Caracterizada por los deportes y fiestas religiosas cuyos principales destinos eran Atenas, Delfos y Olimpia.
- *Época del imperio romano.* Motivada primordialmente por el deseo de expandirse territorial y religiosamente, por salud, por descanso exclusivamente para los emperadores y también para celebrar las fiestas dedicadas a sus dioses. Esta época se caracteriza porque los romanos

⁴ La **trashumancia** se define como un tipo de pastoreo en continuo movimiento, adaptándose en el espacio a zonas de productividad cambiante.

contaban ya con itinerarios de viaje, sistemas de comunicación vial adecuados, prosperidad y paz en el interior de su imperio y además las personas de alta jerarquía contaban con tiempo de ocio para realizar los viajes.

- *Época de la edad media.* Caracterizada por las cruzadas y las peregrinaciones cuyo propósito era evangelizar. Para este momento de la historia ya se reconoce al encargado del viaje como "guía contratado".
- *Siglo XVI.* Se inicia la incursión en los inventos y se caracteriza por la educación abierta a todos, lo cual genera centros vacacionales exclusivos para los estudiantes además de los viajes juveniles conocidos como "Grand Tour" que cuentan con nombres específicos para cada destino.
- *Siglo XVII.* Viajes principalmente por salud donde se implementan los centros turísticos termales que ofrecen hospedaje.
- *Siglo XVIII.* Caracterizado por viajes a playas donde se realizaban baños de mar, lo cual motiva el nacimiento de los pioneros de la hotelería y el turismo.
- *Siglo XIX.* Se aprovechan al máximo las vacaciones tanto de estudiantes como de trabajadores y gracias a la revolución industrial se llega a nuevos destinos, por lo cual crece el desarrollo de la hotelería por categoría (hoteles, alojamientos, entretenimiento) y también nacen las agencias de turismo conocidas entonces con el nombre de "intermediarios".
- *Siglo XX.* Los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos programados (festivales, olimpiadas, eventos) y, como nuevos motivos la aventura en busca de experiencias diferentes y la ecología, buscando lugares naturales alejados de las ciudades contaminadas.

- *Siglo XX en adelante.* Se viaja por trabajo, estudio, exploraciones, eventos programados, comercio y por experimentar lo desconocido o lugares totalmente diferentes al entorno cotidiano.

Es de esta manera, que el turismo se ha convertido en una fuente no sólo de ingresos, sino de oportunidades que contribuyen al desarrollo integral de un país. Con el fin de entender de mejor manera los trabajos y perspectivas que se tiene del turismo durante los últimos años, se los puede clasificar en cuatro grupos, cada uno de ellos inclinado a una plataforma teórica. Estas plataformas (Apologética, Precautoria, Adaptativa y Científicocéntrica) han ido apareciendo por orden cronológico, cada una de ellas en continuidad y oposición con la anterior, pero sin llegar a reemplazarla. (Jafari, 2005)

Plataforma Apologética: lo bueno del turismo

La primera plataforma describe al turismo como un campo totalmente favorable para el desarrollo socio-económico de una región. Además, promueve el cuidado del medio ambiente, la conservación de las tradiciones antiguas y facilita la comunicación intercultural. En la siguiente tabla, se establecen los beneficios económicos y socioculturales que promueven esta plataforma:

Tabla 1 Plataforma Apologética

Beneficios Económicos	Beneficios Socioculturales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crea empleo: <ul style="list-style-type: none"> ○ A tiempo completo ○ Estacional ○ A tiempo parcial ○ De poca preparación académica ✓ Genera divisas ✓ Aprovecha la infraestructura existente ✓ Promueve el consumo de productos locales. ✓ Contribuye al desarrollo económico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejora la educación ✓ Promueve el intercambio cultural ✓ Contribuye a la reducción de barreras lingüísticas, socioculturales, raciales, políticas, religiosas. ✓ Promueve la conservación de la herencia cultural y el patrimonio. ✓ Promueve el crecimiento de las comunidades y su difusión como destinos turísticos. ✓ Mejora la identidad cultural

Fuente: Jafar Jafari, El turismo como disciplina científica.

Plataforma Precautoria: Lo malo del turismo

Con el paso del tiempo, aparecieron una serie de investigaciones que pusieron en duda la validez de la plataforma apologética. Miembros de la comunidad científica, especialmente instituciones públicas y privadas preocupadas por la protección de la cultura y la naturaleza contribuyeron a la difusión de esta nueva plataforma. Su mensaje iba en contra de las grandes empresas de la industria turística ya que éstas ocasionaban daños en la naturaleza y a sus recursos escénicos. Además, convierte a las personas y culturas en mercancías. La siguiente tabla muestra el contraste que tiene la plataforma precautoria con la plataforma apologética.

Tabla 2 Plataforma Precautoria

Costes Económicos	Costes Socioculturales
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Causa inflación ✓ Aumenta la importación de productos de lujo. ✓ Crea estacionalidad y contribuye al desempleo. ✓ El modelo de desarrollo económico se vuelve vulnerable a cambios y especulación. ✓ Desarrollo desequilibrado ✓ Dependencia de otros países. ✓ Destruye los recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crea barreras de comunicación ✓ Genera estereotipos ✓ Contribuye al odio racial ✓ Aumento de migración ✓ Mercantilización de comunidades y de su cultura ✓ Debilita la estructura familiar de los habitantes nativos. ✓ Contribuye a la prostitución ✓ Contribuye al incremento de la delincuencia. ✓ Genera conflictos en las comunidades de acogida.

Fuente: Jafar Jafari, El turismo como disciplina científica.

Plataforma Adaptativa: El cómo del turismo

Esta tercera posición favorece a aquellas formas de turismo que son muy respetuosas con las comunidades de acogida y su entorno sociocultural o construido, así como con el medio natural en que se mueven. Así mismo, esta plataforma busca proporcionar a los turistas nuevas experiencias gratificantes. Existen muchos términos para identificar a estas actividades turísticas tales como: agroturismo, turismo cultural, ecoturismo, turismo rural, turismo sostenible. Sin embargo, el

turismo global no puede ser manejado dentro de esta plataforma debido a su volumen.

Plataforma Científico-Céntrica: El por qué del turismo

En esta posición cuando se analiza al turismo, se señala que las plataformas apologética, precautoria y adaptativa brindan una visión limitada de este gran sistema, por lo que el objetivo de esta plataforma es conformar el fundamento científico que sustente a las otras plataformas y que además permita entender la manera en que se desarrollan las actividades turísticas. Esta plataforma se construye a partir de los siguientes hallazgos:

1. El turismo es una industria global gigantesca que sirve a millones de turistas cada día.
2. Lo importante es entender la relación costo-beneficio. El turismo genera tanto cambios deseables como consecuencias no deseadas.
3. Es importante tomar al turismo como un todo o un sistema con el fin de comprender las funciones que tiene, las que contribuirán a la formación de la teoría en este campo.
4. El turismo puede ser objeto de investigación con el fin de dotarlo de un fundamento científico que permita seguir alimentando el conocimiento adquirido cuando se lo trata en las diferentes plataformas.

Una Nueva Plataforma: Interés público

Al inicio del siglo XXI fueron muchos los acontecimientos de índole política que reconfiguraron al turismo, de estos hechos los más destacables son: El ataque a las torres gemelas el 11 de Septiembre y la posterior utilización de compuestos

químicos; que promovieron la redefinición del turismo dentro del órgano estatal americano convirtiéndolo en un área de interés público, lo que significó que ya no se podía tratar esta actividad como un complemento. Uno de los resultados de esta reconfiguración se dio cuando la ONU reconoció a la Organización Mundial del Turismo como una agencia especializada dentro de su organización, lo que le brindó al turismo el reconocimiento necesario para que hoy en día sea considerado un sector estratégico dentro del modelo de desarrollo económico de muchos países, entre ellos, el Ecuador que en la actualidad apuesta por impulsar el desarrollo turístico como parte de su búsqueda del Buen Vivir.

Además, debido a la rápida evolución que ha tenido y sigue teniendo este sector, su vinculación con otros campos y ciencias han contribuido al crecimiento económico y cultural que tiene un país.

Vinculación del Turismo con otras ciencias

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas, conocidas como turistas, durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012) Entonces al no ser una ciencia sino un fenómeno, el turismo, se relaciona con las ciencias para estudiar sus componentes con el fin de conocer la esencia de cada uno de estos. Por ejemplo:

- *La psicología:* para lograr entender los motivos del viaje. El cómo, cuándo y por qué del desplazamiento del turista.

- *La sociología:* para analizar los grupos humanos. La edad, nacionalidad, cultura, educación, sexo, nivel social de cada grupo de personas.
- *La política:* proponiendo lineamientos de la política general. Es decir, la buena administración, organización, planificación y promoción de los servicios turísticos.
- *La geografía:* permitiendo así establecer el análisis de la geografía turística para la localización, el nacimiento, la evolución, la saturación y la desaparición del fenómeno turístico en un lugar geográfico determinado.
- *La antropología:* para aprender de las culturas, las personas que las conforman y sus costumbres. Esto se lleva a cabo organizando actividades entre los turistas y los pobladores de cierta región turística.
- *La climatología:* para determinar las principales exigencias del turista en cuanto al ideal climático de acuerdo a la clase de experiencia que éste desee tener. Por ejemplo, la seguridad climática, el disfrutar del clima que elige, el confort que este le brinda y por supuesto los beneficios a su salud.
- *La salud:* en la década de los 80's crece la aceptación por los destinos que tienen aguas termales, pues las personas empiezan a huir de la contaminación en las ciudades y encuentran descanso en las Estaciones Termales o Balnearios que con el tiempo se van transformando en los conocidos Spas que ya se crean dentro de las mismas ciudades ofreciendo diferentes terapias de relajación.
- *La educación:* implementando viajes estudiantiles, con fines investigativos, a diferentes lugares dentro del país o la región para que los estudiantes aprendan la cultura de su lugar de residencia. Además, la creación de

programas educativos referentes a la administración y planificación turística.

(Nur, 2011)

Con toda la fundamentación científica, teórica y evolutiva del turismo revisada se puede concluir que en el Ecuador se requiere que las personas interesadas en el campo, adquieran el conocimiento y reciban el entrenamiento para que puedan cumplirse las políticas establecidas por el Gobierno Nacional en su Plan Nacional para el Buen Vivir.

2.2 Desarrollo histórico del programa de Maestría en Turismo

Como se ha determinado anteriormente, existe un gran interés de la comunidad académica, de los centros de investigación, de institutos y de organizaciones internacionales por la investigación del turismo y su vinculación con otros campos, pero así mismo, se ha despertado el interés por otro aspecto muy importante en el desarrollo de este sector, la enseñanza.

La enseñanza del turismo y el inicio de los estudios teóricos en el área fueron establecidos por Ángel Marriotti en 1925 en la Universidad de Roma. Existen varios registros cronológicos que muestran la evolución del turismo en el campo de la enseñanza, entre ellos están:

- ✓ Existen datos que revelan que el primer instituto específico para el estudio del turismo funcionó en la Alta Escuela de Economía de Berlín en 1929.
- ✓ A partir de 1950, aparecieron ya los institutos de hotelería y turismo en varios países de Europa. En Estados Unidos aparecieron en la década de 1960, mientras que en América Latina surgieron en la década de 1970. (Nicolau Mota, 2003)

Sin embargo, la gran importancia que el turismo ha demostrado alcanzar en diversos ámbitos no ha sido correspondida con la atención prestada en las instituciones educativas, lo que significa que a pesar de que los estudios sobre el turismo no estaban vinculados a la Universidad, se seguían desarrollando. Pero, esto perjudicaba su realización y permanencia en el tiempo.

En el estudio de la Evolución y Perspectivas del Enfoque Interdisciplinario en el Estudio del Turismo de los autores Juan Manuel y Luis Miguel López Bonilla se hace referencia a los investigadores Weaver y Opperman (2000) quienes señalan que los factores que han limitado el proceso del desarrollo de los estudios del turismo están relacionados a los siguientes aspectos:

1. El turismo es percibido como una actividad ordinaria, ya que las instituciones educativas y los gobiernos han entendido que éste se trataba de una actividad poco relevante.
2. El turismo de larga distancia es una actividad reciente, por lo que el dominio del turismo doméstico o local ha sido considerado como una actividad cuya contribución a la economía de un país se considera cada vez menor conforme pasan los años.
3. El turismo se percibe como un campo de estudio vocacional, que es un reflejo de un punto de vista simplista que implica únicamente la formación técnica para aprovechar las oportunidades de empleo generadas.
4. La falta de un lenguaje común que permita entender los conceptos del turismo, y la carencia de fiabilidad en los datos que se obtienen de las Organizaciones que promueven el turismo.
5. La falta de una fundamentación científica que contribuya al entendimiento por parte de las instituciones de educación superior de lo trascendental que es

el turismo como actividad económica dentro de cualquier modelo de desarrollo.

Si bien es cierto, el turismo es objeto de estudio de varias disciplinas, además utiliza referencias teóricas de la mayoría de las ciencias sociales ya que se apoya en la psicología, antropología y sociología con el fin de estudiar motivaciones, preferencias y conductas de los turistas; su condición social, económica y cultural que determina la necesidad de viajar y los efectos que genera la interacción social de las distintas culturas al realizarse un viaje o una visita.

Dentro de la economía y la administración, el turismo es objeto de estudio ya que afecta al sistema económico de un lugar, impactando al Producto Interno Bruto y generando empleo. El turismo se apoya también en la educación, tecnología, geografía y ecología, para estudiar todos los factores que están involucrados en el cuidado del medio ambiente y a la formación de profesionales especializados capaces de estudiar sus fenómenos, cambios y tendencias.

De esta manera, es preciso ofrecer una educación que esté alineada a los contextos sociales y educacionales que permitan proveer al profesional de competencias, habilidades y percepciones compatibles con las exigencias sociales, culturales y educativas, pero siempre respetando las diferencias regionales. En el caso del turismo, éste abarca cuestiones filosóficas, antropológicas, las cuales están relacionadas con la salud, la infraestructura, la seguridad y la contabilidad lo cual dificulta los planes educativos.

El Turismo dentro de la Educación Superior en Ecuador

En el Ecuador, al igual que en España, el turismo es un referente dentro del modelo de desarrollo económico, su contribución es de gran importancia dentro de

los ingresos que percibe el país, además de que es un sector que promueve la sostenibilidad de la economía dentro de la comunidad.

Por esta razón, es importante analizar el comportamiento que ha tenido la educación superior con respecto al turismo en España en los últimos años, frente a la de Ecuador. Si bien es cierto, la realidad pasada de España en cuanto al turismo, es la actual que vive nuestro país ya que siendo una de las principales fuentes de riqueza, ha tenido un retraso en la incorporación de estudios de Turismo en las universidades y escuelas politécnicas ecuatorianas en comparación con la evolución que han tenido estos estudios en todo el mundo.

Según la guía turística “Lonely Planet” el Ecuador ocupa el 4to lugar dentro de los mejores lugares para viajar en todo el mundo (Lonely Planet, 2012). Sin embargo, a pesar de la amplia ventaja que tiene el país frente a otros, la educación superior en turismo sufre lo que la educación española a principios de los noventa, en la que su situación formativa se caracterizaba por ser:

- *Insuficiente*: el número de personas formadas era reducido en comparación con la población ocupada en el sector, e inadaptada a las necesidades del mercado turístico.
- *Incompleta*: no englobaba los distintos niveles y subsectores profesionales que exigía la evolución de la actividad turística.
- *No integrada*: carente de una concepción unitaria de la formación en cada nivel y de las interrelaciones entre los distintos niveles.
- *Obsoleta*: contenidos formativos desactualizados respecto a los cambios operados en el mercado turístico. (Ceballos, Martín, Ruiz, Sanz, & Vázquez, 2010)

Ahora, desarrollando un análisis comparativo de la educación en el Ecuador con la de España en las década de los noventa, se puede intuir que los principales ejes que debe tener la formación académica en turismo en el país deben ser:

- La aplicación del turismo a la realidad de cada país,
- La formación técnica y experimental del profesional en turismo.
- El contenido de la formación ajustada a las demandas del sector.

Con lo cual se garantiza el desarrollo de los programas de educación superior en turismo que se ofertan, además de su adaptabilidad y aplicabilidad en las diversas actividades que constituyen parte del sector turístico.

La madurez adquirida actualmente por la enseñanza universitaria en el país, permite afrontar esta nueva etapa formativa con personal docente universitario mucho más calificado y con un mayor conocimiento de cuáles son las necesidades del sector.

Ahora bien, en lo que se refiere a la investigación académica en temas turísticos, esta también ha resurgido en los últimos años, y se espera que continúe mejorando hasta llegar a niveles de excelencia. A ello contribuirá, sin duda, la impartición en muchas universidades de posgrados y doctorados especializados en materia turística.

De esta manera, será necesaria la realización de una nueva investigación en la que se vuelva a analizar la situación de la formación turística en nuestro país. Sólo así se podrá conocer si el panorama tan favorable y la gran cantidad de oportunidades que se desprenden de este prometedor sector, además de las expectativas que se tienen depositadas en este nuevo sistema, realmente llegarán a cumplir con los objetivos y metas que se ha propuesto el estado ecuatoriano.

2.3 El programa de Maestría en Turismo en el contexto nacional e internacional

Una vez revisado la evolución histórica de los estudios en turismo es importante conocer cuál es la realidad de los programas de especialización y profesionalización en el contexto nacional e internacional.

Un programa de especialización o profesionalización en turismo, cuya duración va de 1 a 3 años dependiendo de la institución, constituye una opción para aquellos profesionales de tercer nivel que buscan emprender o hacer carrera en el sector. Con esto se busca ampliar y desarrollar los conocimientos para la solución de problemas disciplinarios, interdisciplinarios o profesionales, y además dotar a la persona de los instrumentos básicos que la habiliten como investigador en el área. (Masters, MBA y Rankings de Escuelas de Negocios, 2013)

Con el fin de adaptar el programa a las necesidades y lineamientos de los diferentes gobiernos, los planes de estudio de estos programas consideran a las siguientes asignaturas:

- Administración de Empresas
- Gestión Financiera y Contable
- Desarrollo cultural e histórico local
- Geografía Turística
- Planificación de actividades turísticas
- Impactos sociales del turismo
- Conservación del patrimonio
- Tecnologías de la información y comunicación
- Marketing Turístico
- Fundamentos de economía
- Legislación turística

Una vez culminado el programa, el profesional especializado en turismo desarrolla estrategias para la administración efectiva de organizaciones turísticas públicas como privadas, haciendo que esta actividad sea sustentable. También es capaz de analizar y evaluar el Sistema Turístico como a las empresas del Sector, estudiando los efectos socioculturales y económicos que genera el proceso de globalización.

Éste profesional contribuye al desarrollo de la actividad turística proponiendo alternativas innovadoras que potencien los recursos naturales (playas, bosques, montañas, ríos, lagos, cascadas; históricos (museos, monumentos y lugares históricos); culturales (galerías de arte, conciertos, eventos deportivos) y de identidad nacional (fiestas y tradiciones, arte popular).

La actividad turística involucra múltiples modalidades y servicios: turismo de aventura, de ocio y recreación, ecoturismo, de salud, servicios turísticos como hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, guías de turistas, empresas de transporte y recreación y organización de eventos (congresos y convenciones). (Cabrera Zagal & Estay Araya)

Así mismo, es importante mencionar que el Turismo como carrera forma parte de un campo más grande que son los Negocios y Economía. Según la Academic Ranking of World Universities (ARWU), la Universidad de Harvard ocupa el primer lugar en este campo, seguida por la Universidad de Chicago y el Instituto Tecnológico de Massachusetts. (Academic Ranking of World Universities, 2012).

ARWU utiliza seis indicadores objetivos para calificar a las universidades, incluyendo el número de alumnos y de profesorado ganadores del Premio Nobel y Medallas Field, el número de investigadores que han sido frecuentemente citados en

investigaciones, el número de artículos publicados en revistas científicas, número de artículos indexados en índices científicos y el desempeño per cápita.

En Europa, España es un referente mundial en cuanto a la educación superior en el campo turístico, esto se debe a la riqueza cultural y natural que posee: sus playas, especialmente las Playas de Ibiza son un gran atractivo turístico. Todo esto lo convierten en el cuarto país en el mundo con mayor número de turistas extranjeros según la Organización Mundial del Turismo (2011). Algunas de las mejores instituciones educativas en donde se forma a profesionales dentro de esta área son: La Universidad Carlos III de Madrid y la Universidad Santiago de Compostela, éstas ofertan programas de maestría en turismo; y La Universidad de las Islas Baleares tiene dentro de su oferta académica programa de maestría y de doctorado en turismo.

Otro referente mundial es Australia, país en el cual el turismo es una actividad muy desarrollada, y juntamente con esto, la formación profesional ha crecido mucho en los últimos años. Un claro ejemplo es, la Universidad de Melbourne, ofrece programas de maestría y doctorado dentro de los cuales se encuentra inmerso el estudio del turismo.

Ahora bien, las instituciones mencionadas anteriormente son pilares a nivel mundial en cuanto a formación profesional en turismo; sin embargo, para entender la realidad en la que se encuentra la educación superior en el campo turístico en el Ecuador respecto a otros países, es importante analizar los programas de maestría que se ofertan en países de Latinoamérica, ya que éstos poseen características similares a las de nuestro país, lo que facilita la realización de un análisis comparativo.

Programas de Turismo en Latinoamérica

Los programas de maestría en turismo en los países latinoamericanos son muy diversos, esto se debe a las características específicas y a las necesidades que tiene cada país en cuanto al desarrollo de actividades turísticas. También el programa varía de acuerdo a la especialización o al campo ocupacional en el que se desarrollará el profesional que opte por cursar dicho programa.

4 International Colleges & Universities y QS Top Universities proporcionan un ránking actualizado al 2013 con las mejores universidades de Latinoamérica. La calificación de estas universidades depende del cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ✓ Que sean reconocidos de manera oficial, con licencia o acreditación por parte de los organismos nacionales o regionales, como ministerios de educación.
- ✓ Que tengan derecho a otorgar títulos de grado de 4 años o más de duración, y/o derecho a otorgar títulos de posgrado.
- ✓ Que impartan las clases de los programas y cursos de forma tradicional, es decir, cara a cara docente – alumno.

Estos ránking no consideran a las universidades que otorgan títulos que se los obtiene en 2 años, tales como los Colegios Comunitarios, Escuelas Vocacionales y Escuelas de Formación, instituciones que ofrecen únicamente modalidades a distancia, y a las instituciones que no cumplen con los requisitos anteriores. (Universities, 2013)

Las universidades que se presentan a continuación son aquellas que están entre las mejores según los ránking mencionados anteriormente, pero que dentro de su oferta académica imparten uno o más programas de maestría en temas relacionados con el Turismo.

Tabla 3: Programas de Maestría en Turismo en Universidades Latinoamericanas

PAÍS	INSTITUCIÓN	RÉGIMEN DE ESTUDIO	TIEMPO DE ESTUDIO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	TÍTULO A OBTENER	PERFIL DE EGRESO
Argentina	Universidad de Buenos Aires UBA	Modalidad Presencial	2 Años	Maestría en Economía y Gestión del Turismo	Magister de la Universidad de Buenos Aires en Economía y Gestión del Turismo	Profesional con formación adaptada a los requerimientos del contexto internacional y evolución de los mercados de viajes y turismo. Capaz de enfrentar entornos de trabajo cambiantes e inestables, con conocimientos de gestión pública y de negocios, con habilidades de producir conocimiento científico y de ejercer la docencia.
Brasil	Universidade Federal de Minas Gerais	Modalidad Presencial (Lunes, Martes y Jueves)	1 año 6 meses	Maestría en Turismo y Desarrollo Sustentable	Especialista en Turismo y Desarrollo Sustentable	Profesional capaz de hacer frente a la planificación de las actividades relacionadas con el turismo. Con conocimientos en: el desarrollo sostenible, desarrollo socio- económico a nivel local, gestión responsable de los recursos naturales que sustentan el potencial turístico y el uso ético de los valores históricos y culturales.
Brasil	Universidade Federal do Paraná	Modalidad Presencial	2 - 3 Años	Maestría Académica en Turismo	Magíster Académico en Turismo	Profesional con conocimientos técnicos en el ámbito del turismo que promueve la enseñanza, investigación, extensión y desarrollo del turismo tendiendo siempre en cuenta la planificación, control, y gestión de los destinos turísticos. Es un profesional que cuenta con análisis crítico entre la relación que tiene el turismo con la sociedad y las organizaciones en función de aspectos medioambientales, económicos y socio culturales.

Continúa...

PAÍS	INSTITUCIÓN	RÉGIMEN DE ESTUDIO	TIEMPO DE ESTUDIO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	TÍTULO A OBTENER	PERFIL DE EGRESO
Costa Rica	Universidad de Costa Rica	Modalidad Presencial (Medio Tiempo)	1 año 8 meses	Maestría Académica en Gestión Ambiental y Ecoturismo.	Magíster Académico en Gestión Ambiental y Ecoturismo	Profesionales investigadores, docentes y profesionales especializados, comprometidos y protectores del medio ambiente y de la cultura local, mediante el desarrollo y gestión de una actividad comercial como el turismo. Con una visión sistémica de las necesidades ambientales y de los factores humanos, físicos, tecnológicos y metodológicos en la planificación y desarrollo del ecoturismo.
Costa Rica	Universidad de Costa Rica	Modalidad Presencial (Medio Tiempo)	1 año 8 meses	Maestría Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Impacto Ambiental y Social del Turismo	Magíster Profesional en Gestión Ambiental y Ecoturismo con énfasis en Impacto Ambiental y Social del Turismo	Profesionales investigadores, docentes y profesionales con gran dominio de temas relacionados con el impacto del turismo en la sociedad. Con un amplio conocimiento sobre la ecología y los sistemas naturales, de forma que sean capaces de analizar y prever, detalladamente, el impacto social y ambiental provocado por el desarrollo de la actividad turística.
México	Instituto Politécnico Nacional	Modalidad Presencial (3 horas a la semana)	2 años	Maestría en Administración e Innovación del Turismo	Magíster en Administración e Innovación del Turismo	Profesional con capacidad para transformar y diseñar alternativas de gestión y control. Con conocimientos en vigencia, actualización e innovación en gestión y administración de recursos humanos, economía, finanzas, mercadotecnia, sociología, filosofía, sustentabilidad y medio ambiente, turismo e idiomas.

Continúa...

PAÍS	INSTITUCIÓN	RÉGIMEN DE ESTUDIO	TIEMPO DE ESTUDIO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	TÍTULO A OBTENER	PERFIL DE EGRESO
Cuba	Universidad de la Habana	Modalidad Presencial	2 años	Maestría en Gestión Turística	Magíster en Gestión Turística	<p>Profesional capaz de gestionar estratégica y operativamente espacios y organizaciones turísticas desde perspectivas de competitividad. Con conocimientos para planear, dirigir y controlar el trabajo comercial en cualquier espacio u organización turística. Capaz de proyectar, implementar y controlar las políticas, estrategias y programas de acción orientados a mejorar la calidad del servicio en organizaciones y zonas turísticas, empleando técnicas y herramientas.</p>
México	Universidad Autónoma del Estado de México	Modalidad a Distancia	2 Años	Maestría en Docencia del Turismo	Magíster en Docencia del Turismo	<p>Profesional capaz de generar innovaciones en la práctica docente desde el ámbito disciplinario, pedagógico y didáctico que contribuyen a la formación de profesionales en turismo en diferentes modalidades y escenarios de aprendizaje, con apego al ethos profesional.</p>
Costa Rica	Universidad Nacional de Costa Rica	Modalidad Presencial	1 año 6 meses	Maestría en Gestión de Turismo de la Naturaleza	Magíster en Gestión de Turismo de la Naturaleza	<p>Profesional capaz de realizar investigación científica, de gestión y desarrollar diversas alternativas del turismo local y comunal, mediante el aprovechamiento de los recursos y de la participación comprometida y activa de los distintos agentes y comunidades involucradas, buscando ofrecer variadas opciones ante el turismo monopólico y oligopólico del capital transnacional, que domina la actividad económica del turismo.</p>
Uruguay	Universidad de la República Uruguay	Modalidad Presencial	2 años 6 meses	Maestría en Gestión y Economía del Turismo Sustentable	Magíster en Gestión y Economía del Turismo Sustentable	<p>Especialistas con una visión integral y sustentable de la actividad turística, capaces de gestionar en forma efectiva emprendimientos, participar en el diseño y ejecución de políticas sectoriales y contribuir al desarrollo del sector.</p>

Fuente: 4 International Colleges & Universities y QS Top Universities

Como se observa en la tabla: Argentina, Brasil, Costa Rica, México, Cuba y Uruguay son los países latinoamericanos en los que la formación profesional en turismo a nivel de posgrado destaca principalmente por su enfoque hacia su consolidación como verdaderos referentes en la disciplina, esto se debe a la especial atención que ésta recibe por parte de los gobiernos de cada uno de estos países, enfocados en promover un modelo de desarrollo económico sostenible y sustentable que puede lograrse, en primer lugar, explotando la riqueza natural que poseen y en segundo lugar, promoviendo una formación especializada que garantice que la explotación de la riqueza natural sea realizada de manera armónica. Además, estos países cuentan con varios factores que los hace deseables a la hora de elegir un destino turístico para visitar, conocer y disfrutar.

- ✓ Costa Rica, México y Cuba se encuentran en el Caribe, por tal razón sus playas son uno de los principales atractivos de estos países, además de su gastronomía, tradiciones y costumbres. México cuenta con una riqueza cultural invaluable, Costa Rica cultiva la preservación del medio ambiente y Cuba cuenta con una arquitectura colonial que lo convierte un destino turístico atractivo.
- ✓ Brasil es el quinto país más grande del mundo y el más grande de Sudamérica, poseedor de varios paisajes que van desde playas hasta la selva amazónica, ofrece a sus visitantes un acercamiento a su cultura y en especial a su riqueza natural, que constituye una de las más diversas en todo el mundo y una de las más deseables para conocer.
- ✓ Argentina y Uruguay gozan de una riqueza cultural que los convierte en dos de los mejores destinos turísticos en todo el mundo. En el caso de Argentina, tan sólo su gastronomía es uno de los factores por el cual las personas lo consideran como un atractivo turístico. Mientras que en Uruguay, los balnearios y el

turismo agropecuario aumentan su atractivo frente a otros destinos turísticos de la región.

Estas y otras características han contribuido para que la formación profesional en turismo sea impulsada por el Gobierno en cada uno de estos países.

Programas de Turismo en Ecuador

En el Ecuador, existen universidades que ofertan programas de maestrías enfocados en los diferentes tipos de turismo que se pueden realizar en el país. En la siguiente tabla se presenta un listado con las instituciones que al momento, ofertan estos programas.

Tabla 4: Programas de Maestría en Turismo en Universidades Ecuatorianas

INSTITUCIÓN	CATEGORÍA	RÉGIMEN DE ESTUDIO	TIEMPO DE ESTUDIO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	TÍTULO A OBTENER	PERFIL DE EGRESO
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	B	Modalidad Presencial (Viernes y Sábado)	2 años	Maestría en Turismo Sostenible para el Desarrollo Local	Magíster en Turismo Sostenible para el Desarrollo Local	Profesional calificado en el desarrollo del turismo como una actividad sostenible, para el desarrollo local.
Universidad de Cuenca	B	Modalidad Presencial	2 años	Maestría en Turismo Rural y Comunitario (En trámite)	Magíster en Turismo Rural y Comunitario	Profesional capaz de manejar conflictos, aptitudes empresariales y técnicas, que realicen una gestión eficaz de servicios turísticos bajo criterios de sostenibilidad.
Universidad Agraria del Ecuador	D	Modalidad Semipresencial (4 días al mes)	1 año 7 meses	Maestría en Planificación y Gestión de Proyectos Turísticos y Ecológicos	Magíster en Planificación y Gestión de Proyectos Turísticos y Ecológicos	Profesionales con amplios conocimientos en la gestión de empresas turísticas y hoteleras. Con capacidades y habilidades directivas que le permite manejar un sector cambiante como lo es el turismo, además de desarrollar nuevas iniciativas empresariales o profesionales.
Universidad Nacional de Chimborazo	C	Modalidad Semipresencial	2 años	Maestría en Marketing Turístico y Hotelero	Magíster en Marketing Turístico y Hotelero	Profesionales con sólida formación académica en el campo del Marketing aplicado al turismo y la hotelería, capaces de identificar oportunidades de negocio, preparar planes de marketing, elaborar proyectos de inversión, así como formular estrategias de desarrollo en la actividad turística tanto a nivel privado como público.

Continúa...

INSTITUCIÓN	CATEGORÍA	RÉGIMEN DE ESTUDIO	TIEMPO DE ESTUDIO	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	TÍTULO A OBTENER	PERFIL DE EGRESO
Universidad Técnica del Norte	B	Modalidad Presencial (Viernes y Sábado)	2 años	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas	Máster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas	Profesionales con conocimientos integrales en los aspectos de mercado, financiero y técnico de los proyectos turísticos. Con competencias que los hace cuidadosos en la elaboración de planes ecológicos en los que se incluye los aspectos ambientales en el manejo de áreas protegidas del país.
Universidad Tecnológica Equinoccial	B	Modalidad Semipresencial (Viernes, Sábado y Domingo - Cada 15 días)	2 años	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	Magíster en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	Profesional capaz de tomar decisiones tanto en el campo empresarial como en el sector público, de enfrentar los diversos problemas ambientales y el deterioro que generan las actividades turísticas, y de administrar los recursos naturales y culturales para lograr un Ecoturismo responsable.
Universidad de Especialidades Turísticas	C	Modalidad Semipresencial (Viernes y Sábado)	1 año 7 meses	Maestría en Gestión del Turismo	Máster en Gestión del Turismo	Profesionales de alto nivel técnico, social y humano, capaces de responder con creatividad e innovación en su gestión, para afrontar los retos actuales de la empresa turística cada vez más competitiva.

Fuente: Sitios web de cada una de las instituciones educativas

De todas las instituciones señaladas, ninguna pertenece a la Categoría A de acuerdo a la recategorización desarrollada por el CEEACES en el año 2013, por lo que la percepción general de los programas podría verse afectada, sin embargo, los programas de maestría en turismo mencionados en la tabla, podrían considerarse como referentes al momento de desarrollar la propuesta de contenidos para la Universidad de las Fuerzas Armadas.

2.4 El sistema de evaluación y acreditación para el aseguramiento de la calidad en la educación superior en el Ecuador.

En el Ecuador, existe un organismo que se encarga de regular y controlar la calidad de la educación superior, es por esta razón que es necesario comprender qué criterios utiliza para su evaluación, además de los requerimientos que tiene este organismo con respecto a los programas de especialización.

El Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, CEAACES, es un organismo de Derecho Público, cuya finalidad esencial es el mejoramiento de la calidad académica y de gestión de las universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos y tecnológicos del país, a través de los procesos de autoevaluación institucional, evaluación externa y acreditación.

El CEAACES, es el único organismo público facultado por la Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley, para otorgar la acreditación como certificación oficial de que una institución, carrera, programa o unidad académica del Sistema Nacional de Educación Superior, tiene claridad en su misión y visión, objetivos de calidad en sus procesos académicos, eficiencia en su gestión, coherencia entre sus propósitos y recursos, y dispone de mecanismos permanentes de

evaluación, investigación y planeamiento que garanticen un desempeño sostenido de calidad de la institución acreditada. (CEAACES, 2011)

Misión del CEAACES

Este organismo tiene como misión: contribuir al aseguramiento de la calidad de las instituciones, programas y carreras que se ofrecen en las instituciones que integran el Sistema Nacional de Educación Superior, mediante la aplicación de procesos continuos de autoevaluación, evaluación externa y acreditación para viabilizar la rendición social de cuentas de los Centros de Educación Superior, en relación con el cumplimiento de sus misiones, fines y objetivos, y que respondan al desarrollo integral que requiere el país.

Visión del CEAACES

Constituirse en una institución líder de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior a través de la implementación de una cultura de la evaluación participativa que valore y promueva la calidad y la rendición de cuentas a la sociedad, bajo principios de ética, pertinencia y compromiso social.

Funciones del CEAACES

La ley orgánica de educación establece en el Art. 174.- Funciones del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.- las funciones del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, que son:

- ✓ Planificar, coordinar y ejecutar las actividades del proceso de evaluación, acreditación, clasificación académica y aseguramiento de la calidad de la educación superior;
- ✓ Aprobar las normativas para: los procesos de evaluación, acreditación, clasificación académica y aseguramiento de la calidad; los procesos de autoevaluación; los procesos en las que se establecerá las características, criterios e indicadores de calidad y los instrumentos que han de aplicarse en la evaluación externa de las instituciones del Sistema de Educación Superior, programas y carreras, bajo sus distintas modalidades de estudio;
- ✓ Elaborar la documentación técnica necesaria para la ejecución de los procesos de autoevaluación, evaluación externa, acreditación y clasificación académica;
- ✓ Aprobar el Código de Ética que regirá para los miembros del Consejo, Comité Asesor, las y los Funcionarios y las y los Servidores del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, y el reglamento de selección de los evaluadores externos especializados nacionales e internacionales para los evaluadores externos.
- ✓ Vigilar que los procesos de evaluación interna y externa se realicen de conformidad con las normas y procedimientos que para el efecto se establezcan y garantizar que sus resultados sean fruto de una absoluta independencia, imparcialidad y ética con la labor desempeñada;
- ✓ Resolver sobre los informes y recomendaciones derivados de los procesos de evaluación, acreditación y clasificación académica;
- ✓ Otorgar certificados de acreditación institucional así como para programas y carreras, a las instituciones de educación superior y unidades académicas que

hayan cumplido con todos los requisitos exigidos para el efecto. Este certificado de acreditación tendrá una vigencia de cinco años y no podrá estar condicionado;

- ✓ Determinar la suspensión de la entrega de fondos a las instituciones de educación superior en la parte proporcional cuando una o más carreras o programas no cumplan los estándares establecidos, e informar al Consejo de Educación Superior para su ejecución;
- ✓ Establecer un sistema de categorización de instituciones, programas y carreras académicas;
- ✓ Divulgar ampliamente los resultados de los procesos de evaluación externa, acreditación y clasificación académica con el propósito de orientar a la sociedad ecuatoriana sobre la calidad y características de las instituciones, programas y carreras del sistema de educación superior;
- ✓ Asesorar al Ministerio de Educación en la implementación y ejecución de la evaluación y acreditación para la educación básica y media, con fines de articulación con la educación superior;
- ✓ Presentar anualmente informe de sus labores a la sociedad ecuatoriana, al Presidente de la República, a la Asamblea Nacional, y al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social;
- ✓ Firmar convenios con instituciones de educación superior para la formación y capacitación de los evaluadores a fin de profesionalizar esta labor;
- ✓ Establecer convenios con entidades internacionales de evaluación y acreditación de la educación superior para armonizar procesos y participar de redes; propiciar la evaluación y reconocimiento internacional de este organismo y de las instituciones de educación superior ecuatorianas;

- ✓ Ejecutar prioritariamente los procesos de evaluación, acreditación y clasificación académica de programas y carreras consideradas de interés público;
- ✓ Diseñar y aplicar la Evaluación Nacional de Carreras y Programas de último año, así como procesar y publicar sus resultados;
- ✓ Elaborar los informes que le corresponden para la creación y solicitud de derogatoria de la Ley, decreto Ley, decreto, convenio o acuerdo de creación de universidades y escuelas politécnicas;
- ✓ Elaborar los informes que le corresponden para la creación y extinción de institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores;
- ✓ Elaborar y aprobar la normativa que regule su estructura orgánica funcional, y elaborar su presupuesto anual;
- ✓ Elaborar los informes de suspensión de las instituciones de educación superior que no cumplan los criterios de calidad establecidos, y someterlos a conocimiento y resolución del Consejo de Educación Superior;
- ✓ Realizar seguimiento sobre el cumplimiento de los aspectos académicos y jurídicos de las Instituciones de Educación Superior; y,
- ✓ Los demás que determine esta ley y sus reglamentos.

Según el ART 90 de la LOES⁵ El procedimiento de acreditación incluye una autoevaluación de la propia institución, así como una evaluación externa realizada por un equipo de pares expertos, quienes a su vez deben ser acreditados periódicamente.

⁵ LOES: Ley Orgánica de Educación Superior

Lo que implica que en resumen los procesos de evaluación y acreditación para las instituciones de Educación Superior, constan de tres etapas: la Autoevaluación, la Evaluación Externa y la Acreditación. Cada una de ellas tiene su propia caracterización y metodología que orientan su aplicación y desarrollo.

El CEAACES está encargado de la evaluación, acreditación y categorización de todas las instituciones de educación superior, públicas, particulares y cofinanciadas. Esta evaluación, acreditación y categorización institucional tiene una vigencia de 5 años y por ende debe realizarse de forma quinquenal. La evaluación institucional es gratuita y obligatoria.

Además, está encargado de la evaluación y acreditación de todas las carreras de pregrado y de todos los programas de posgrado ofertados por las instituciones de educación superior. Esta evaluación y acreditación tiene una vigencia de 5 años y debe realizarse de forma quinquenal. La evaluación por carrera y programa es gratuita y obligatoria.

Este organismo es una de las tres instituciones encargadas de aceptar o negar las propuestas de creación de nuevas universidades o escuelas politécnicas; las otras dos instituciones son la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) y el Consejo de Educación Superior (CES). El CEAACES debe redactar un informe vinculante para que el Pleno de la Asamblea Nacional pueda tratar la propuesta de creación de cualquier universidad nueva.

Estas competencias mencionadas, son las tareas cotidianas del CEAACES para los años siguientes.

¿Cómo regula el CEAACES la Educación Superior?

La evaluación de la calidad de las carreras es un proceso que consiste en realizar una valoración de éstas, comparándolas y contextualizándolas en un marco histórico, económico y social, que se determina de acuerdo al enfoque teórico utilizado para definir la calidad, que es un proceso complejo en el que intervienen múltiples factores que interactúan de formas diversas y poco comunes.

A partir de estas consideraciones y concepciones teóricas y metodológicas se ha formulado un modelo genérico de evaluación de las carreras que consideran a cinco criterios básicos que cubren prácticamente la totalidad de las funciones y actividades de las carreras, como son: la pertinencia de la carrera en el entorno, la formación que se ofrece a los futuros profesionales, la calidad de su planta de docentes, el ambiente en el que se desenvuelven las actividades académicas, y la relación y participación de los estudiantes en esas actividades. De esta manera, los criterios correspondientes a estas actividades y funciones se han establecido como: Pertinencia, Plan Curricular, Academia, Ambiente Institucional y Estudiantes.

2.5 Reglamento para la Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Grado y Posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas

El Art. 169 literal j) de la Ley Orgánica de Educación Superior, establece que es atribución del Consejo de Educación Superior: *"Aprobar la creación de carreras y programas de grado y posgrado en las instituciones universitarias y politécnicas"*. Para lo cual se ha creado un Reglamento para la Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Grado y Posgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas, al cual todas las instituciones educativas de nivel superior deben estar sujetas.

Este Reglamento fue expedido juntamente con su instructivo, el cual detalla paso a paso las acciones y procedimientos que deben ser realizados por las instituciones educativas que deseen implementar una carrera o programas de grado y posgrado dentro de su oferta académica. (Ramírez Gallegos, 2012)

CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO DEL PROBLEMA

3.1 Análisis situacional

El análisis situacional es un estudio del entorno en el que se desenvuelve la empresa u organización, que busca encontrar hechos e identificar problemas, ya sean internos o externos, que se los puede comparar y evaluar en cuanto al impacto positivo o negativo que estos tienen en dicha organización. Esto con el fin de tener un panorama amplio y claro del estado actual de la empresa.

El análisis situacional es de suma importancia para cualquier tipo de investigación ya que es en éste en el que se pueden establecer los siguientes aspectos:

- ✓ Representa el punto de partida de la planificación estratégica, por lo tanto determina los pasos que se tomarán durante la investigación.
- ✓ Reúne información sobre el ambiente interno y externo de la organización para su análisis.
- ✓ Proporciona un amplio panorama sobre el estado actual de la empresa y del entorno en el que se desenvuelve la misma.

El desarrollo del análisis situacional se compone del estudio de las siguientes partes:

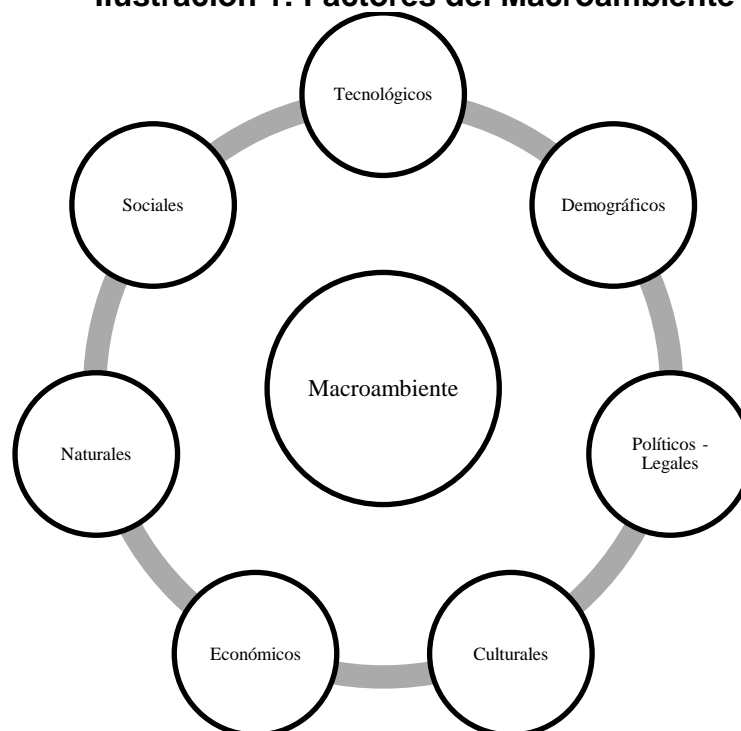
- ✓ Macroambiente
- ✓ Microambiente
- ✓ Ambiente interno

Macroambiente

El macroambiente, está representado por factores que afectan a todas las organizaciones, y un cambio en uno de ellos, puede ocasionar cambios en uno o más de los otros. Generalmente este tipo de factores no pueden ser controlados por la organización, pero tener un conocimiento sobre estos, representa una ventaja para la empresa ya que le permite estar preparado ante cualquier tipo de variación en uno de estos factores que incida directamente en el desarrollo de las actividades de la organización.

El Macroambiente está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o a las amenazas que se pueden presentar en la empresa. Algunas de estas fuerzas o factores son:

Ilustración 1: Factores del Macroambiente



Fuente: Blog de Análisis de la Empresa y su entorno (febrero 2013)

Cada factor se compone de variables que se analizan de acuerdo a la investigación que se está realizando, por ejemplo:

- ✓ Demográfico: Población, Tasa de natalidad, Tasa de mortandad.
- ✓ Económico: Inflación, Impuestos, Aranceles, Producto Interno Bruto, otros.
- ✓ Social y Cultural: Sueldos y salarios, Desempleo y subempleo, Pobreza, Corrupción.

El análisis de las variables permite obtener una visión completa sobre el estado actual del entorno en el que la empresa se encuentra.

Microambiente

El microambiente representa a los factores que afectan a una empresa en particular, y al igual que los anteriores, no son controlables, pero si se puede influenciar en ellos. Se trata de factores cercanos a la empresa o al sector en el que se desarrolla su actividad. Los grupos que lo integran son:

1. Las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter
2. Principio de Pareto

Las 5 fuerzas competitivas de Michael Porter

El modelo de Porter es una herramienta que permite identificar los factores o fuerzas que influyen en la capacidad de satisfacer a los clientes y actúan en el entorno inmediato a la organización. El análisis se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales, y éstas son:

1. *Barreras de entrada a nuevos competidores.* Se refiere a saber qué tan fácil o difícil es para una nueva empresa (competidor) ingresar al mercado.

2. *Amenaza de sustitutos*: Se refiere a conocer qué tan fácil puede ser sustituir un producto o un servicio por otro de similares características.
3. *Poder de negociación de los compradores*: Se refiere al poder que tienen los clientes en el proceso de compra.
4. *Poder de negociación de los proveedores*: Se refiere al poder que tienen los proveedores en el proceso de compra. Existen muchos o pocos proveedores, qué tan posicionados se encuentran estos en el mercado.
5. *Rivalidad entre los competidores*: Se refiere a la competencia que hay entre las empresas existentes. ¿Existe alguna empresa dominante o son todos de igual fuerza y tamaño?

Ilustración 2: Las 5 fuerzas competitivas de Porter



Fuente: Agencia de Desarrollo Económico Virtual.

Principio de Pareto

La Ley de Pareto permite detectar los problemas que tienen más relevancia en la empresa, por lo general el principio dice que el 80% de los resultados totales se originan en el 20% de los elementos.

Por ejemplo, si nos referimos a las ventas de una empresa, el principio de Pareto señala que la minoría de los clientes genera la mayor cantidad de ventas, a esto se le conoce como minorías vitales o pocos vitales. Mientras que el resto de clientes representan a la mayoría trivial o muchos triviales, es decir, que incluso cuando son un mayor número de clientes, no generan la cantidad de ventas que genera la minoría. (Salgado, 2006)

El principio de Pareto tiene varios campos de aplicación, entre los cuales se puede destacar:

- ✓ Sirve para un análisis de control de calidad de un producto o servicio.
- ✓ Sirve para identificar los problemas más relevantes de una empresa de una forma sistemática.
- ✓ Sirve para analizar diferentes líneas de producto que tiene una empresa y verificar la rentabilidad de cada una de ellas.
- ✓ Permite evaluar resultados que se generan por los cambios efectuados en uno o varios procesos.

Análisis Interno

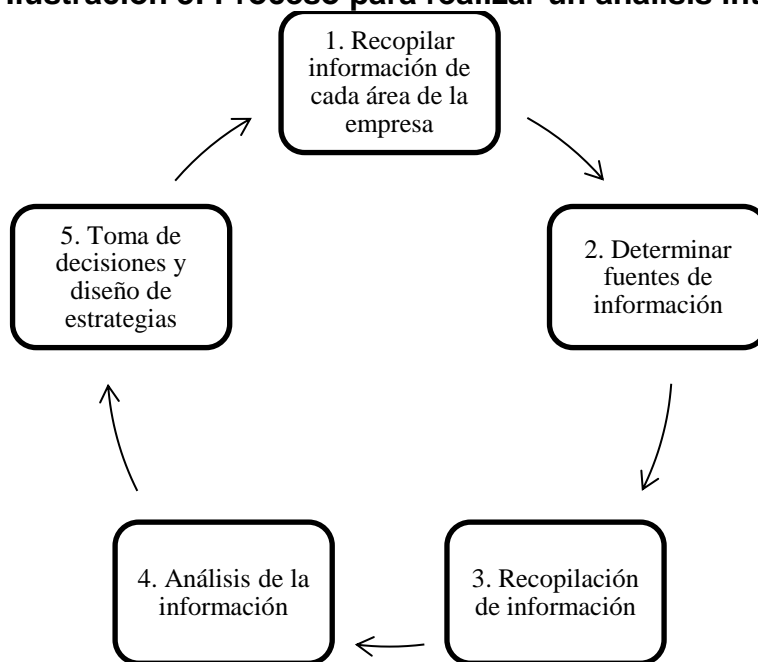
El análisis interno es la última parte que se estudia dentro del análisis situacional de una organización.

Consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o áreas que existen dentro de la empresa, estos factores sí son controlables y manejables ya que no son ajenos a la organización, sino que ésta tiene total control sobre los procesos y actividades que realiza la misma.

El análisis interno tiene como fin evaluar los recursos con los que dispone la empresa, y detectar las fortalezas y debilidades de la misma, para diseñar estrategias que permitan: aprovechar y potenciar las fortalezas y neutralizar o eliminar las debilidades. (Crece Negocios, 2010)

Según el sitio web Crece Negocios, un análisis interno se puede realizar a través del siguiente proceso:

Ilustración 3: Proceso para realizar un análisis interno



Fuente: CreceNegocios.com – “Análisis interno: fortalezas y debilidades” (Marzo 2010)

1. *Recopilar información de cada área de la empresa:* El primer paso consiste en determinar la información que se va a reunir de cada área funcional de la empresa, es decir:

- a. *Área administrativa*: información sobre objetivos, estrategias, cultura, estructura organizacional, dirección, control, entre otros.
 - b. *Área Financiera*: información referente a liquidez de la empresa, rentabilidad, inversiones, financiamiento, patrimonio, otros.
 - c. *Área de producción*: información sobre inventario, tecnología, capacidad de planta, y otros.
 - d. *Área de marketing*: información sobre volumen de ventas, público objetivo, segmentos, distribución, promoción, servicio al cliente, otros.
 - e. *Área de recursos humanos*: información sobre proceso de selección de personal, capacitación, remuneración, clima laboral, entre otros.
2. *Determinar fuentes de información*: En este paso se determina cuáles serán las fuentes para recopilar información, ya sean primarias o secundarias pueden ser: estados financieros, publicaciones internas, informes, encuestas, entrevistas.
 3. *Recopilación de información*: consiste en reunir la información a través de las fuentes señaladas anteriormente. Para obtener toda la información, se necesita del trabajo y la cooperación de todos los miembros de la empresa.
 4. *Análisis de la información*: una vez que se tiene toda la información, se la analiza y evalúa a fin de tener como resultado el estado actual de la empresa y detectar las fortalezas y debilidades que tiene la misma.
 5. *Toma de decisiones y diseño de estrategias*: Una vez analizada la información, es necesario establecer los objetivos que busca la empresa en base a sus capacidades y posibilidades. Además, se formula estrategias y se

toma decisiones a fin de potenciar las fortalezas y neutralizar las debilidades que tiene la empresa.

2.2 Análisis de la demanda

Para la elaboración del presente estudio se ha determinado que la demanda del programa de maestría en turismo se componga de la siguiente manera:

- a. *Demanda del programa por parte de estudiantes prospecto:*
representada por el número total de profesionales de tercer nivel que hayan obtenido su título en temas relacionados al turismo que desean cursar el presente programa de maestría.
- b. *Demanda de profesionales especializados por parte de las empresas:*
referente al perfil profesional que las empresas han establecido para ejercer cargos relacionados con el área de conocimiento del programa de maestría.

Una vez que se ha descrito la naturaleza de cada componente de la demanda de este programa de maestría, se plantea la siguiente metodología:

- I. **Metodología propuesta para el análisis de estudiantes prospecto.**
 - a. Objetivos del análisis de mercado.
 - b. Población objeto de estudio: características.
 - c. Muestreo estadístico.
 - d. Recopilación de datos.
 - e. Preparación y análisis de datos.
- II. **Metodología propuesta para el análisis de las empresas.**
 - a. Objetivos del análisis de mercado.

- b. Población objeto de estudio: características.
- c. Muestreo estadístico.
- d. Recopilación de datos.
- e. Preparación y análisis de información.

A continuación, se describe cada uno de los pasos propuestos en la metodología para el análisis de la demanda del programa de maestría.

Metodología propuesta para el análisis de los estudiantes prospecto.

1. Objetivos del análisis de mercado.

Los objetivos del análisis de mercado para la demanda del programa por parte de estudiantes prospecto son:

- ✓ Identificar las características de la demanda primaria de los estudiantes prospecto del programa de maestría.
- ✓ Determinar las características que posee la demanda selectiva de los estudiantes prospecto.
- ✓ Definir los segmentos que componen el mercado objetivo del programa de maestría.
- ✓ Determinar el tipo de posicionamiento que aumentará la efectividad de la promoción del programa.

2. Población objeto de estudio: características.

2.1 Población objeto de estudio:

La población objeto de estudio para el presente programa de maestría está constituida por:

2.1.1 Funcionarios públicos que pertenecen al Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo es el ente rector de toda actividad turística que se realiza en el país, por lo tanto, al considerarlo en el estudio se puede conocer las necesidades que tiene en cuanto a la formación de los profesionales que deseen ser parte de este organismo. Según el Mintur⁶, existen 540 funcionarios a nivel nacional que trabajan en el ministerio. Además, un título de posgrado representa una ventaja adicional para un profesional que desee pertenecer al ente rector del turismo en el país al momento de la selección de personal.

2.1.2 *Profesionales titulados en áreas de conocimiento relacionadas al turismo*

Para el presente programa, es importante conocer el número de profesionales que cuentan con un título de tercer nivel en áreas de conocimiento relacionadas al turismo. Para esto, se ha considerado a los profesionales que tienen registrado su título de tercer nivel hasta el mes de agosto 2013. La siguiente información fue proporcionada por la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT) en la cual se presentan los siguientes datos:

Tabla 5: Total de titulados registrados en el Distrito Metropolitano de Quito

SUBÁREA	No. DE TITULADOS
Ciencias sociales y del comportamiento	19.128
Derecho	23.856
Educación comercial y administración	52.169
Periodismo e información	6.511
Formación de personal docente y ciencias de la educación	40.621
Artes	6.078
Humanidades	1.553
Protección del medio ambiente	548

Continúa...

⁶ **Mintur:** Ministerio de Turismo

SUBÁREA	No. DE TITULADOS
Servicios de seguridad	137
Servicios personales	4.072
Total General	154.672

Fuente: SNIESE 2013

Las subáreas en las que se encuentran los titulados en campos relacionados al turismo son: servicios personales y protección del medio ambiente.

2.1.3 *Docentes de la Espe Sede Héroes del Cenepa que imparten cátedras en la carrera de turismo.*

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE tiene dentro de su oferta académica la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera que es impartida en una de sus sedes, Héroes del Cenepa, por lo tanto, es importante conocer qué nivel de aceptación tendría por parte de los docentes un programa de maestría en turismo. El estudio se realizará a 12 docentes que imparten materias referentes a la especialidad en turismo y a 18 docentes que imparten materias de otras áreas del conocimiento que son de apoyo para la formación del estudiante de la carrera.

2.2 Niveles de desagregación

Según la UNESCO⁷ (1997), la población se desagrega en 8 áreas de conocimiento las cuales son aplicadas a nivel global, esta desagregación es utilizada por los organismos rectores del sistema de educación superior con el fin de utilizarlos para la creación de programas académicos según su necesidad.

⁷ UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura.

Tabla 6: Áreas de conocimiento establecidas por la UNESCO

ÁREAS DE CONOCIMIENTO
Agricultura
Ciencias
Ingeniería, industria y producción
Salud y servicios sociales
Ciencias sociales, educación comercial y derecho
Educación
Humanidades y artes
Servicios

Fuente: UNESCO (1997)

La UNESCO señala que dentro del área de conocimiento de servicios, se encuentran las siguientes subáreas:

Tabla 7: Subáreas del conocimiento establecidas por la UNESCO – Área Servicios

ÁREA	SUBÁREA
Servicios	Servicios Personales
	Servicios de transporte
	Protección del medio ambiente
	Servicios de seguridad

Fuente: UNESCO (1997)

Como se observa en la tabla 7, dentro del área de conocimientos “Servicios” se encuentran 4 subáreas, de las cuáles únicamente se pueden considerar a 2 de ellas para identificar la población objeto de estudio:

- a. *Los servicios personales* hacen referencia a: hotelería y restaurantes, viajes y turismo, deportes y actividades recreativas, peluquería, tratamiento de belleza, entre otros. Esta subárea sí está relacionada a actividades turísticas, por lo tanto si se la considera dentro de la población objeto de estudio.
- b. *Protección del medio ambiente* se refiere a temas relacionados a la conservación, vigilancia y protección del medio ambiente, control de la contaminación, ergonomía y seguridad. Al igual que la

anterior, esta subárea también está relacionada al turismo y se la considera dentro de la población objeto de estudio.

Los servicios de transporte y seguridad no están relacionados al sector turístico, por lo tanto no es necesario considerarlos para determinar la población objeto de estudio. (UNESCO, 1997)

3. *Muestreo estadístico.*

Para el análisis de la demanda del programa por parte de estudiantes prospecto, la investigación será de tipo cuantitativa y por muestreo. La muestra se definirá de acuerdo a la técnica que será aplicada.

3.1 Universo de estudio

La población objeto de estudio queda definida de la siguiente manera:

Tabla 8: Composición del Universo de estudio

COMPOSICIÓN	No. PROFESIONALES
Servicios Personales	4.072
Protección del medio ambiente	548
Funcionarios Públicos Mintur	540
Docentes Héroe del Cenepa	30
TOTAL PROFESIONALES	5.190

Fuente: SENESCYT (Agosto 2013), Mintur 2013, ESPE Héroe del Cenepa

En base a esta información se define lo siguiente:

Universo inicial (N_i): 5.190 profesionales: Funcionarios públicos del Ministerio de Turismo a nivel nacional. Profesionales residentes en el Distrito Metropolitano de Quito, cuyo título de tercer nivel fue registrado hasta agosto de 2013, y están dentro de las subáreas del conocimiento las cuales son: servicios personales

y protección del medio ambiente. Y docentes de la ESPE sede Héroes del Cenepa de la carrera Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.

Muestra inicial (n_i): debe aplicarse según el tamaño del universo.

Población inicial (N_i): Profesionales de las dos subáreas del conocimiento: servicios personales y protección del medio ambiente, cuyo título de tercer nivel fue registrado hasta agosto de 2013, que residen en el Distrito Metropolitano de Quito. Docentes de la Espe sede Héroes del Cenepa de la carrera Ingeniería en Administración Turística y Hotelera. Funcionarios públicos del Ministerio de Turismo a nivel nacional.

Muestra inicial (n_i): Utilizando el criterio de clasificación por subáreas de conocimiento, más el total de profesionales del Mintur y más los docentes de la carrera de turismo de Espe Héroes del Cenepa se obtendrá una muestra inicial.

Muestra localizada (n_s): Estará compuesta por el total de elementos de la muestra inicial localizados.

Población real (N_r): Se constituye por el número de elementos que compone la muestra localizada.

Muestra real (n_r): Obtenida de la población real, al igual que el resto de parámetros muestrales.

Es importante señalar que se asume que todos los elementos localizados formarán parte del estudio.

3.2 Volumen de la muestra

La muestra objeto de estudio la componen 358 unidades muestrales, pero al momento de localizarlas, únicamente 137 cumplían con los requerimientos del estudio, que incluyen: vinculación con sector turístico, profesionales que ejercen en áreas relacionadas al turismo que en su mayoría pertenecen al sector público y que cuentan con experiencia en el desarrollo de proyectos turístico, y que no poseen un título de posgrado en el campo.

Ecuación 1 Fórmula para calcular la muestra de una población finita

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Fuente: Lind, Marchal, Mason (2004)

Donde:

N = Población total

n = tamaño de muestra

Z = nivel de confianza

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

e = error muestral

4. *Recopilación de datos.*

Con el fin de obtener información relevante para el estudio, se plantea el diseño de un instrumento para la recopilación de datos.

4.2 Diseño de muestreo

Población meta: Profesionales de las dos subáreas del conocimiento: servicios personales y protección del medio ambiente, cuyo título de tercer nivel fue registrado hasta agosto de 2013, que residen en el Distrito Metropolitano de Quito. Docentes de la Espe sede Héroes del Cenepa de la carrera Ingeniería en Administración Turística y Hotelera. Funcionarios públicos del Ministerio de Turismo a nivel nacional.

Marco de muestreo: Profesionales pertenecientes a las áreas mencionadas anteriormente.

Técnica de muestreo: La técnica utilizada para el muestreo es *por conveniencia*. Se ha determinado en base al número de elementos muestrales,

Tamaño de la muestra: 137.

4.3 Instrumento para la recopilación de datos

El presente estudio contempla el análisis de 39 variables, por esta razón se propone la realización de un cuestionario que facilite la recolección de datos y que a sí mismo, aumente la objetividad de los mismos. Además, el cuestionario será diseñado en función de los objetivos del estudio, y será dividido en secciones con el fin de facilitar su análisis. La aplicación del mismo será mediante vía electrónica y presencial.

Tabla 9: Matriz de encuesta para estudiantes prospecto

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda primaria de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	UBICACIÓN	Género	nominal	Género	Masculino Femenino	Género - Residencia
		Título profesional tercer nivel	nominal	Título de tercer nivel obtenido	Licenciatura Ingeniería Otro	Título – Ocupación / Título Residencia
		Área de conocimiento	razón	Denominación del título obtenido (p.e. Ingeniería Civil, Licenciatura en Ciencias de la Educación)		
		Empleo	nominal	¿Actualmente trabaja?	Sí No	Empleo – Régimen /
		Ocupación	nominal	Modalidad de trabajo	En relación de dependencia Profesional Independiente	Ocupación - Residencia
		Empresa/Organización	nominal	La empresa en la que trabaja pertenece al sector:	Público Privado	Empresa – Cargo / Empresa - Residencia
		Cargo	nominal	¿En qué área desempeña su trabajo?	Alta Dirección Gerencia Media Nivel Operativo	
		Cargo	nominal	¿Qué actividad desarrolla como profesional independiente?	Comercio Consultoría Trabajos por contrato Otro	

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda primaria de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	UBICACIÓN	Residencia	nominal	Lugar de Residencia	Norte Centro Sur Valle de Los Chillos Valle de Cumbayá	Residencia: - Disposición - Institución - Financiamiento - Régimen - Género - Título - Ocupación - Sector - Educación - I. Nacional - Fuentes - Rz. social - Atributos
		Trabajo	nominal	Ubicación de la empresa	Norte Centro Sur Valle de Los Chillos Valle de Cumbayá	
	ESTILO DE VIDA	Educación	nominal	¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría?	Sí No	Educación - Residencia
		DISPOSICIÓN DE COMPRA	Disposición	nominal	¿Consideraría complementar su formación profesional con una maestría en turismo?	Sí No
	nominal			¿Por qué razón no complementar su formación con una maestría en turismo?	Desconozco si la ofertan en el país No tengo interés en el área No lo he considerado en mis planes Otro	
	CAPACIDAD DE COMPRA	Financiamiento	nominal	¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un programa de maestría en turismo?	\$ 3000,00 - \$4800,00 \$ 4900,00 - \$6700,00 \$ 6800,00 - \$8600,00	Financiamiento - Residencia

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	CAPACIDAD DE COMPRA		nominal	¿Qué forma de pago consideraría usted, una vez que ha optado por un programa de maestría?	Tarjeta de crédito Crédito educativo Pagos mensuales	Financiamiento - Residencia
		Clase de Institución	nominal	¿En qué clase de institución optaría por estudiar una maestría en turismo?	Universidades y Escuelas Politécnicas nacionales Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero	Clase de institución - Residencia / Institución - Régimen /
	PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	Institución Nacional	Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Escuela Politécnica del Ejército - ESPE?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
			Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Universidad San Francisco de Quito?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
			Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
			Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Universidad Central del Ecuador?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	Institución Nacional	Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Universidad de las Américas - UDLA?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
			Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Universidad Tecnológica Equinoccial?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
			Likert	De acuerdo a su criterio ¿Qué preferencia tiene usted por la Universidad de Especialidades Turísticas - UCT?	De mucha preferencia De preferencia De poca preferencia Nada de preferencia	Institución Nacional - Residencia
		Razón Social	Likert	¿Qué nivel de importancia tiene para usted el prestigio al momento de decidirse por la institución en la que cursaría el Programa de Maestría en Turismo?	De mucha importancia De importancia De poca importancia Nada de importancia	Razón social - Residencia
			Likert	¿Qué nivel de importancia tiene para usted el cuerpo docente al momento de decidirse por la institución en la que cursaría el Programa?	De mucha importancia De importancia De poca importancia Nada de importancia	Razón social - Residencia

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	Razón Social	Likert	¿Qué nivel de importancia tiene para usted la trayectoria al momento de decidirse por la institución en la que cursaría una Maestría en Turismo?	De mucha importancia De importancia De poca importancia Nada de importancia	Razón social - Residencia
			Likert	¿Qué nivel de importancia tiene para usted el precio al momento de decidirse por la institución en la que cursaría el Programa de Maestría en Turismo?	De mucha importancia De importancia De poca importancia Nada de importancia	Razón social - Residencia
		razón	Institución en el extranjero	Mencione el país y la universidad en la cual estudiaría el programa de maestría en turismo.		
	nominal	Fuentes de Información	¿De qué manera ha obtenido información de la oferta de programas de maestría?	Referencias Personales Búsqueda propia Sitios web de educación	Fuentes - Residencia	
	ordinal	Gestión Turística	Ordene los siguientes campos de estudio hacia los cuáles debería orientarse un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar	Atributos relevantes - Residencia	
	ordinal	Planificación Turística	Ordene los campos de estudio hacia los cuáles debería orientarse el programa de maestría.	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar	Atributos relevantes - Residencia	
	ATRIBUTOS RELEVANTES					

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	ATRIBUTOS RELEVANTES	Investigación	ordinal	Ordene los siguientes campos de estudio hacia los cuáles debería orientarse una maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Economía	ordinal	Ordene los siguientes campos de estudio hacia los cuáles debería orientarse una maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Sol y Playa	Likert	Interés del estudio del turismo sol y playa	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Aventura	Likert	Interés del estudio del turismo aventura	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Ecoturismo	Likert	Interés del estudio del Ecoturismo	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Cultural	Likert	Interés del estudio del turismo cultural	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Bienestar y Salud	Likert	Interés del estudio del turismo bienestar y salud	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	ATRIBUTOS RELEVANTES	Negocios	Likert	Interés del estudio del turismo de negocios	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Rural y Comunitario	Likert	Interés del estudio del turismo rural y comunitario	Nada de interés Poco interés De interés De mucho interés	Atributos relevantes - Residencia
		Docentes	ordinal	Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar Quinto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Jornadas combinadas	ordinal	Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar Quinto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Metodología de aprendizaje	ordinal	Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar Quinto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Aplicabilidad	ordinal	Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar Quinto lugar	Atributos relevantes - Residencia

Continúa...

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALAS	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	HIPÓTESIS
Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	ATRIBUTOS RELEVANTES	Especialización	ordinal	Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo	Primer lugar Segundo lugar Tercer lugar Cuarto lugar Quinto lugar	Atributos relevantes - Residencia
		Contenidos	razón	¿Qué contenidos considera usted que debería abordarse en una maestría en turismo? Señale 3 temáticas		
		Régimen de estudio	nominal	¿Qué régimen de estudios considera más adecuado para un programa de maestría en turismo?	Maestría de tiempo completo (lunes a viernes) Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes) Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)	Régimen – Residencia / Régimen – Empleo / Régimen – Clase de institución

Fuente: Autor de la investigación

El cuestionario se compone de las siguientes variables:

I. Datos demográficos

- a. Género
- b. Residencia
- c. Tipo de titulación de tercer nivel

Se refiere a si los títulos son de Licenciatura (B.A.) o Ingeniería (B.S.)

- d. Denominación del título

Se refiere a la denominación exacta del título que posee.

II. Datos sobre empleo

- a. ¿Actualmente trabaja?
- b. ¿Cuál es la modalidad de su trabajo en el que labora actualmente?
- c. Ubicación de la empresa
- d. Sector económico al que pertenece la empresa en la que labora actualmente
- e. ¿En qué área o nivel jerárquico organizacional desarrolla desempeña su trabajo?

En base a una estructura lineal se definieron:

- Alta Dirección: se refiere a la junta de accionistas, presidencia y gerencia general.
- Gerencia Media: referente a gerencias y jefaturas de las áreas que conforman la empresa.

- Nivel Operativo: se refiere a los trabajadores que ejecutan actividades para el cumplimiento de objetivos establecidos por la empresa.

f. ¿En qué actividad se ha enfocado como profesional independiente?

Según la información obtenida y considerando a titulados en servicios personales y protección del medio ambiente, y a docentes en la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera y Turística, se determinan las siguientes opciones:

- Consultoría
- Trabajo ocasional (por contrato)
- Comercio
- Otro: para casos específicos.

III. Proyección profesional

a. ¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría?

IV. Disposición de compra

a. ¿Consideraría complementar su formación profesional con una maestría en turismo?

b. ¿Por qué razón no complementaría su formación con una maestría en turismo?

Para la presente pregunta se consideran 4 opciones:

- Por desconocimiento de la oferta
- No existe interés en el área
- No ha sido considerada en los planes de la persona

- Otro: para casos específicos

V. Decisión de compra

- a. ¿En qué clase de institución optaría por estudiar una maestría en turismo?

Se utiliza a la localización como criterio de selección de las instituciones, las cuales pueden ser a nivel nacional o en el extranjero.

- b. ¿Por cuál de las siguientes universidades, escuelas politécnicas o escuelas de negocio nacionales optaría para estudiar una maestría en turismo?

De acuerdo a la investigación en fuentes secundarias se definió el siguiente listado de instituciones:

Tabla 10: Universidades, Escuelas Politécnicas y Escuelas de Negocios Nacionales

INSTITUCIÓN
Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE
Universidad San Francisco de Quito – USFQ
Pontificia Universidad Católica del Ecuador – PUCE
Universidad Central del Ecuador – UCE
Universidad de las Américas – UDLA
Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE
Universidad de Especialidades Turísticas - UCT

Fuente: Autor de la investigación

A pesar de que no todas las universidades mencionadas en la tabla anterior cuentan con un programa de maestría en turismo, fueron consideradas en el cuestionario con el fin de conocer la percepción que tienes los encuestados sobre éstas.

- c. ¿Qué nivel de importancia tienen los siguientes factores al momento de decidirse por la institución en la que cursaría el programa de maestría en turismo?

Se determinaron 4 factores que describen a las instituciones de educación superior en el país:

- Prestigio
- Cuerpo docente
- Trayectoria
- Precio

d. Mencione el país y la universidad en la cual estudiaría el programa de maestría en turismo.

Se pide que el encuestado mencione el nombre de la Universidad y el País a fin de obtener una tendencia de qué país del extranjero es el más cotizado para cursar un programa de maestría en turismo.

e. ¿De qué manera ha obtenido información de la oferta de programas de maestría?

Para la presente pregunta, se determinaron los siguientes medios de información por los que los estudiantes prospecto han conocido de la existencia de la oferta de programas de maestría.

Los medios informativos son:

- Referencias personales
- Sitios web de educación
- Revistas especializadas

f. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un programa de maestría en turismo?

Para establecer el valor de un precio que estaría dispuesto a pagar un prospecto por el programa de maestría en turismo, es

necesario conocer los precios de las universidades que ofertan este tipo de programa:

Tabla 11: Costo de los Programas de Maestría en Turismo en instituciones nacionales

No.	Universidad	Costo
1	Universidad Técnica del Norte	\$ 3.000,00
2	Universidad Nacional de Chimborazo	\$ 4.000,00
3	Universidad de Cuenca	\$ 4.200,00
4	Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	\$ 6.000,00
5	Universidad Tecnológica Equinoccial	\$ 6.540,00
6	Universidad Agraria del Ecuador	\$ 7.196,00
7	Universidad de Especialidades Turísticas	\$ 8.900,00
Promedio		\$ 5.690,86

Fuente: Autor de la investigación

Como se puede observar en la tabla, los precios varían en función del tipo de universidad, ya sea esta pública o privada. El costo promedio entre todas las universidades es de \$5.690.86, sin embargo, para brindar a los estudiantes prospecto más alternativas en cuanto al costo, se puede realizar un análisis de regresión para establecer intervalos de precios que estarían dispuestos a pagar.

Tabla 12: Intervalos de precios para el Programa de Maestría en Turismo en la ESPE

No	Universidad	Costo	Regresión	Intervalos
1	Universidad Técnica del Norte	\$ 3.000,00	\$ 2.858,90	\$ 3000,00
2	Universidad Nacional de Chimborazo	\$ 4.000,00	\$ 3.802,90	- \$4800,00
3	Universidad de Cuenca	\$ 4.200,00	\$ 4.746,90	
4	Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	\$ 6.000,00	\$ 5.690,90	\$ 4900,00 - \$6700,00
5	Universidad Tecnológica Equinoccial	\$ 6.540,00	\$ 6.634,90	
6	Universidad Agraria del Ecuador	\$ 7.196,00	\$ 7.578,90	
7	Universidad de Especialidades Turísticas	\$ 8.900,00	\$ 8.522,90	\$ 6800,00 - \$8600,00
Promedio		\$ 5.690,86		

Fuente: Autor de la investigación

El análisis de regresión sirve para estudiar la relación que tienen las variables y modelarlas en una ecuación que permita estimar

nuevos valores en función de los valores históricos. De esta manera, los intervalos de precios para el programa de maestría en turismo son:

- \$ 3000,00 - \$4800,00
- \$ 4900,00 - \$6700,00
- \$ 6800,00 - \$8600,00

g. ¿Qué forma de pago consideraría usted, una vez que ha optado por un programa de maestría en turismo?

Las alternativas de pago, corresponden a aquellas con las que actualmente maneja la institución:

- Tarjeta de crédito
- Crédito educativo
- Contado

h. ¿Qué régimen de estudios considera más adecuado para un programa de maestría en turismo?

Las siguientes opciones corresponden a las diferentes modalidades en las que se han dictado otro tipo de maestrías en la ESPE.

- Maestría de tiempo completo (lunes a viernes)
- Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes)
- Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)

VI. Atributos relevantes

a. Ordene los siguientes campos de estudio hacia los cuáles debería orientarse un programa de maestría en turismo.

Para la presente pregunta, se pide ordenar los siguientes campos de estudio siendo 1 el de mayor preferencia y 4 el de menor preferencia. Las opciones consideradas para el programa de maestría en turismo, se basan en los campos generales en los que se puede especializar el programa.

- Gerencia Turística: Se encarga del desarrollo, regulación, fomento y control de actividades turísticas.
- Planificación Turística: Consiste en la elaboración de uno o varios instrumentos que contribuyen al desarrollo de un lugar en torno a la actividad turística
- Investigación aplicada al turismo: Consiste en la recopilación y análisis de información relacionada al impacto económico, social y cultural de las actividades turísticas en un lugar determinado.
- Economía del turismo: Estudio del turismo como sector económico, su impacto sobre la economía y el funcionamiento de los mercados turísticos

b. ¿Qué interés tiene por el estudio de cada uno de los siguientes tipos de turismo dentro de un programa de maestría?

Para la presente pregunta, el estudiante prospecto debe escoger el tipo de turismo que prefiere de acuerdo al nivel de interés que tiene sobre el mismo. Los tipos de turismo que se presentan, son considerados debido a las especializaciones que se ofrecen en los programas de maestría en turismo a nivel nacional e internacional.

- Turismo sol y playa
- Turismo de aventura
- Ecoturismo
- Turismo cultural
- Turismo de bienestar y salud
- Turismo de negocios
- Turismo rural y comunitario

c. Ordene los siguientes factores para la elección de un programa de maestría en turismo.

Siendo 1 el de mayor importancia y 5 el de menor importancia se pide ordenar los siguientes factores en términos generales para la elección de un programa de maestría en turismo:

- Perfil del cuerpo docente que impartirá las cátedras.
- Jornadas combinadas en territorio nacional e internacional.
- Conocer la metodología que se aplicará en el programa
- Aplicabilidad del programa a la realidad actual del país
- Especialización al que se incline el programa de maestría.

d. Señale tres temáticas que considera usted que deben ser estudiadas en un programa de maestría en turismo.

El estudiante prospecto tiene la libertad de mencionar tres temáticas que desee recibir en un programa de maestría en turismo. De esta manera se busca encontrar contenidos en común para adaptarlos al programa.

5. *Preparación y análisis de datos.*

Una vez que el trabajo de campo ha sido desarrollado cumpliendo todos los parámetros anteriores, se debe preparar los datos para la realización del análisis.

Según Naresh Malhotra la preparación de datos consiste en varias etapas que se detallan a continuación:

1. *Edición:* consiste en observar y verificar los cuestionarios con fin de identificar respuestas que tengan errores, ya sean ilegibles, incompletas o contradictorias.
2. *Codificación:* se refiere a la asignación de un código (generalmente un número) a cada respuesta de cada pregunta.
3. *Transcribir los datos creando un libro de códigos:* el libro de códigos contiene las instrucciones de codificación y la información necesaria acerca de las variables.
4. *Depuración de datos:* consiste en la revisión detallada de la coherencia que tienen las respuestas y de las preguntas sin respuesta.
5. *Ajuste estadístico de los datos:* comprende 3 actividades que son:
 - *Asignación de valor:* consiste en dar valor a los datos para reflejar la importancia que tienen en el estudio
 - *Reespecificación de las variables:* consiste en crear nuevas variables o modificar las existentes a fin de contar con variables más significativas de acuerdo a las necesidades del estudio.
 - *Transformación de las escalas:* consiste en la manipulación de las escalas para asegurar la compatibilidad con las otras escalas.

Una vez realizadas estas etapas, se procede a realizar el análisis de datos una vez que se tuvieron codificadas las preguntas de la encuesta y se

estandarizaron las respuestas para las preguntas abiertas. Según los profesores Hernández, Fernández y Baptista, este análisis se comprende de siete fases:

1. *Selección del programa estadístico*: para la presente investigación, se utilizará el software SPSS para el análisis de datos.
2. *Ejecución del programa*: antes de iniciar con la fase analítica es necesario verificar que el programa seleccionado funcione, para lo cual se hacen pruebas iniciales. Pasadas estas pruebas, se procede con la ejecución de los comandos respectivos, que contribuirán al análisis de los datos.
3. *Exploración de los datos*: para esta fase se recomienda que la exploración se realice en 4 etapas:
 - a. Realizar informes de la matriz, que permitan visualizar los resultados pregunta por pregunta; y estadísticos descriptivos de las variables de la matriz.
 - b. Evaluar las distribuciones y estadísticos obtenidos, además se debe establecer variables compuestas, de acuerdo con las definiciones operacionales y la forma en cómo se midieron.
 - c. Indicar al programa cómo debe agrupar los ítems en las variables de estudio.
 - d. Por último se ejecuta un análisis de todas las variables definidas para el estudio.
4. *Evaluación del instrumento utilizado*: la confiabilidad se calcula para el cuestionario que fue aplicado para la obtención de los datos. Para cumplir con este objetivo se utilizará el procedimiento de

medidas de coherencia o consistencia interna, para lo cual se calcularán los coeficientes KR-20 y KR-21 de Kuder y Richardson.

5. *Análisis estadístico inferencial*: se refiere a la generalización de los hallazgos en la muestra hacia la población, para lo que se ejecuta una prueba de hipótesis con el fin de determinar si la hipótesis inicial es congruente con los datos obtenidos en la muestra, utilizando el método de análisis no paramétrico que mejor responda a los requerimientos del estudio.
6. *Análisis adicionales*: Se pueden realizar análisis extras con el fin de confirmar tendencias y evaluar los datos desde otras perspectivas. La realización de estos análisis es necesario ya que permitirán verificar que no se haya omitido algún análisis pertinente que sea significativo para la investigación.
7. *Preparación de resultados*: una vez obtenidos los resultados del análisis estadístico se procede con las siguientes actividades:
 - a. Revisar cada resultado
 - b. Organizar los resultados: descriptivos, de confiabilidad, y los inferenciales.
 - c. Validar la congruencia y la coherencia de los resultados, en caso de inconsistencia se debe revisar nuevamente.
 - d. Priorizar la información más valiosa para la elaboración de reportes e informes.
 - e. Elaborar un documento que contenga las tablas y gráficas resultado de los análisis.

- f. Describir cada una de las tablas y gráficas con el fin de facilitar su comprensión por parte de quienes recibirán el informe de la investigación.
- g. Realizar una última revisión de los resultados.
- h. Elaborar el reporte final de la investigación.

6. *Selección de una estrategia de análisis de datos:* su objetivo es producir información que ayudará a enfocarse directamente en el problema de estudio. La estrategia depende de la información que se desee obtener con la investigación. En el caso del presente estudio, será la información que contribuya a definir los contenidos que se impartirán en el programa de maestría en turismo.

Metodología propuesta para el análisis de las empresas.

1. *Objetivos del análisis de mercado*

Como se mencionó anteriormente, la demanda del proyecto considera también al sector empresarial, debido a que éste establece requerimientos en relación a competencias, habilidades y conocimientos específicos que deben poseer los profesionales que deseen incorporarse en sus organizaciones.

Los objetivos del análisis de mercado para el sector empresarial son:

- Determinar las características de demanda primaria de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo.
- Determinar las características de demanda selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo.

2. Población objeto de estudio: características.

2.1. Población objeto de estudio

La población objeto de estudio está compuesta por todas las empresas ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito dentro del sector turístico y cuyos ingresos las ubican como las mejores dentro del sector económico en el que desarrollan sus actividades.

2.2. Niveles de desagregación

La Revista Ekos Negocios proporciona un ranking empresarial dividido por sectores económicos, de esta manera se puede conocer cuál es la situación y el estado de las empresas en el país de acuerdo a sus ingresos, utilidades, impuestos, utilidad sobre las ventas, entre otros. Los sectores económicos que existen de acuerdo a la Revista Ekos son:

Tabla 13: Sectores Económicos según la Revista EKOS Negocios

Sectores Económicos Revista EKOS	
Agricultura, ganadería y pesca	Petróleo, combustibles y minería
Cámaras y gremios	Sector automotor
Comercio al por mayor y menor	Sector salud
Construcción / Inmobiliario	Sector financiero
Hospitalidad	Servicios
Industria	Transporte y logística

Fuente: Revista Ekos Negocios 2012

Las empresas que desarrollan sus actividades en áreas relacionadas al turismo, se encuentran dentro del sector *Hospitalidad*. Dentro del sector hospitalidad las actividades se pueden dividir en:

- Servicios turísticos
- Hoteles
- Restaurantes y comida rápida
- Servicios de catering

Debido a la finalidad del proyecto, las empresas que pueden ser consideradas como parte de la demanda son las que se encuentran dentro de: servicios turísticos y hoteles. Esto se debe a que en restaurantes y servicios de catering no se requieren profesionales que tengan un título de posgrado por las actividades que se desempeñan en las mismas, ya que son operarias más que administrativas. Y en caso de que este tipo de empresas los requieran, el número es mínimo y no es significativo como para considerarlas dentro de la demanda.

Por lo tanto, las empresas a considerarse pertenecen al sector de Hospitalidad y desarrollan sus labores en hotelería y servicios turísticos.

Además, dentro de la demanda se ha considerado como empresa pública al Ministerio de Turismo, ya que como se mencionó anteriormente, constituye el ente rector de las actividades turísticas en el país.

3. *Muestreo estadístico.*

Para el presente análisis la investigación será de tipo cualitativa y la muestra estará constituida por un grupo de elementos que no tienen la necesidad de ser representativos de la población, ya que se definirá a la investigación como el estudio de casos a profundidad. Es importante señalar que las empresas escogidas son las que ponderan en el ranking de acuerdo a sus ingresos como se mencionó anteriormente. De esta manera se obtiene información de las mejores empresas en el área.

3.1 Universo de estudio

El universo de estudio está formado por: las 19 empresas que desempeñan sus actividades en servicios turísticos, 26 empresas en hotelería y el Ministerio de Turismo como ente principal del turismo en el país.

Tabla 14: Empresas de Hotelería y Servicios Turísticos según Revista Ekos 2012

Empresas de Hotelería y Servicios Turísticos - Revistas EKOS			
Servicios Turísticos		Hoteles	
ETICA: Empresa Turística Internacional	REPRESENTACIONES IRIGOYEN VEGA	HOTELES DECAMERON ECUADOR	SOCIEDAD HOTELERA COTOPAXI
CANODROS	VALANGO	HOTEL COLON GUAYAQUIL	MAGNETOCORP
MAXITRAVEL: Mayoristas del Turismo	VACACIONES BARCELO	H.O.V HOTELERÍA QUITO	ADMIHOTEL
OCEANADVENTURES	GRUPOK	JW MARRIOTT QUITO	MANTAORO
AGENCIA DE VIAJES METROAGENCIA	STATUSTRAVEL TOURS	HOTEL COLON INTERNACIONAL	HOTEL BOULEVARD
FERITUR	METROPOLITAN TOURING	HOTEL ORO VERDE	PLUSHOTEL
RED MANGROVEINN		QUITO LINDO	GRAND HOTEL GUAYAQUIL
REPVIAJES: Representaciones y Viajes Internacionales		PROMOTORA HOTEL DANN CARLTON	HOTELES DEL ECUADOR
CANSINTOUR: Casa de Incentivos		HELADERÍAS TUTTO FREDDO	RAVCORP
SOL & LUNA		KARABU TURISMO	HOTEL RIO AMAZONAS
FINAMERICA		CONTINENTAL HOTEL	SOLCENTRO
DREAM & TRAVEL		APARTAMENTOS Y HOTELES ECUATORIANOS	HOTELERA MACHALA
ECUADORIAN TOURS		TERMAS DE PAPALLACTA	SERVICIOSUTPL

Fuente: Revista Ekos Negocios 2012

Debido a que la investigación consiste en el estudio de casos a profundidad, el tamaño mínimo de la muestra es de 6 empresas y el máximo de 10. Con el fin de escoger las empresas que formarán parte de la muestra, se seleccionarán a las que estén ubicadas en las primeras posiciones del ranking, en caso de no aceptar el estudio, se procederá a escoger a las

siguientes que muestren interés en la participación de este proyecto de investigación.

3.2 Volumen de la muestra

La muestra objeto de estudio está constituida por 10 empresas, sin embargo, cuando se mencionó a las empresas el mecanismo (entrevista personal grabada) por el cual se realizaría el levantamiento de la información, únicamente 6 contribuyeron positivamente para el desarrollo de la investigación. Es importante señalar que el giro de negocio de estas 6 empresas representan a las demás, es decir, en esta selección existen empresas de hotelería, servicios turísticos y agencias de viaje, por lo cual su información es significativa y representativa.

4. *Recopilación de datos.*

Para esta fase, se ha planteado el desarrollo de una entrevista semiestructurada, es decir, cuenta con preguntas abiertas y cerradas.

4.1. Diseño de muestreo

Población meta: Empresas del Distrito Metropolitano de Quito que ejercen sus actividades en servicios turísticos y hotelería.

Marco de muestreo: Empresas que ocupan los primeros lugares en el ranking dentro del sector económico al que pertenecen, en relación a sus ingresos.

Técnica de muestreo: La técnica de muestreo que se utilizará es la muestra de expertos. Para este estudio es necesario conocer los factores que se evalúan y validan al momento de desarrollar el proceso de selección para profesionales que se desempeñarán en actividades referentes al de turismo.

Tamaño de la muestra: 6.

4.2. Instrumento para la recopilación de datos

El instrumento con el que se realizará la recopilación de datos es la entrevista, la cual será desarrollada de forma presencial. Para esto, se propone un cuestionario que permitirá conocer exactamente los criterios y opiniones de los expertos en relación al perfil que deben poseer los profesionales para ser considerados y poder así incorporarse a sus empresas.

Tabla 15: Matriz de entrevista para el sector empresarial

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALA	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
Determinar las características de demanda primaria de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN	Tipo empresa	nominal	Tipo de empresa	Pública Privada
		Sector económico	razón	Sector económico al que pertenece	
		Tamaño empresa	nominal	Tamaño de la empresa	Mediana Grande
	BENEFICIOS BUSCADOS	Tipo reclutamiento	nominal	Tipo de reclutamiento	Interno Externo Mixto
		Medios reclutamiento	nominal	¿Qué medios de reclutamiento externo emplea la empresa?	Informal Agencias de empleo Anuncios Internet Bases de datos de candidatos espontáneos
Determinar las características de la demanda selectiva las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA	Preferencia	nominal	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	SI NO
		Empleo	nominal	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	SI NO
	ATRIBUTOS RELEVANTES	Áreas	razón	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	
		Funciones	razón	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	

Continúa...

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE GENÉRICA	VARIABLE ESPECÍFICA	ESCALA	PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA
Determinar las características de la demanda selectiva las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la ESPE	ATRIBUTOS RELEVANTES	Característica	nominal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Experiencia laboral Nivel de formación alcanzado Conocimientos técnicos Conocimientos específicos
		Competencias	razón	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	
		Mejorar Competencias	nominal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	SI NO
		Conocimiento	razón	¿En qué áreas se requiere que los empleados del aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	

Fuente: Autor de la Investigación

La entrevista se compone de las siguientes variables:

I. Datos Informativos

a. Tipo de empresa

Definida por la propiedad del capital

b. Sector económico al que pertenece

c. Tamaño de la empresa

De acuerdo al número de empleados que conforman la empresa:

- ✓ Pequeña: Entre 11 y 49 empleados
- ✓ Mediana: Entre 50 y 250 empleados
- ✓ Grande: Entre 250 y 1000 empleados.

II. Medios para reclutamiento de personal

a. Tipo de reclutamiento

De acuerdo a los departamentos de Recursos Humanos de las empresas, se han establecido tres tipos de reclutamiento:

- Interno: Cuando las vacantes son ocupadas por los trabajadores de la empresa.
- Externo: Cuando las vacantes son ocupadas por personas ajenas a la empresa.
- Mixto: Cuando las vacantes son ocupadas ya sea por trabajadores de la empresa o por ajenos a la misma.

b. ¿Qué medios de reclutamiento externo emplea la empresa?

Según Cecilia Hernández, especialista en Recursos Humanos en la Universidad Nacional de San Juan en Puerto Rico, son cinco los medios más utilizados para el reclutamiento externo de profesionales:

- Informal
- Agencias de empleo
- Anuncios
- Internet
- Bases de datos de candidatos espontáneos

Percepción general de la escolaridad de los aspirantes

- c. ¿Existe preferencia por profesionales con título de cuarto nivel? A fin de conocer si la obtención de un título de posgrado pondera sobre otro que no lo tiene.
- d. ¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto nivel?
- e. ¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales? A fin de observar si estos profesionales laboran en cargos operativos o administrativos.
- f. ¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?

Las funciones permitirán conocer el campo en el que se desarrollarían los profesionales, este conocimiento contribuye al diseño de contenidos del programa de maestría.

III. Criterios específicos de selección de personal

- a. ¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?

Las características más importantes se agrupan en 4 categorías:

- Experiencia en el campo: suele ser la más importante para las empresas.
- Nivel de formación obtenido
- Conocimientos técnicos
- Conocimientos específicos

- b. ¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?

Las competencias pueden estar dentro de estas categorías:

- Personales: habilidades y destrezas
- Profesionales: experiencia y conocimiento

IV. Desarrollo de personal

- a. ¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?
- b. ¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?

Como parte de la propuesta de diseño, se solicita a los expertos aportar con sugerencias, opiniones y recomendaciones para los contenidos que se impartirán en el programa de maestría en turismo.

5. *Preparación y análisis de datos.*

Al momento de realizar el análisis de datos mediante una investigación cualitativa, es necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- Los datos que se reciben no están no estructurados, por lo tanto deberán ser organizados de acuerdo con el criterio del investigador.
- Además de los datos que se obtienen, la observación y el contacto que se tiene, mejora y enriquece a la investigación.
- La interpretación de la información será diferente a la que podrían realizar otros investigadores, esto depende de la perspectiva del estudio.
- El investigador es el que construye su propio análisis.
- Los segmentos de datos se organizan en un sistema de categorías.
- Los resultados dependen de la perspectiva que utilice el investigador para su categorización y análisis. Es posible que se generen ciertas limitaciones en el análisis debido a la búsqueda exhaustiva de respuestas objetivas.

- Se da por terminado el análisis una vez que se hayan examinado todos los casos y no se ha encontrado algún tipo de información novedosa.

Para el análisis de datos se tomará en cuenta las fases propuestas por los profesores Hernández, Fernández y Baptista, que son:

1. *Preparación de datos para el análisis:* la preparación de datos depende de la manera en la que los datos fueron recopilados, éstos deben ser organizados de manera que la información esté disponible con facilidad para su análisis.
2. *Revisión de los datos:* dentro de esta fase, se realiza una revisión general de toda la información, se establece el orden de análisis de la información según el criterio del investigador. De existir dificultades para el análisis, se utilizará medios tecnológicos que lo faciliten.
3. *Identificación de la o las unidades de análisis:* una vez revisados los datos, el investigador puede identificar unidades y categorías de significancia, de tal manera que el análisis puede ser desarrollado de forma sistemática.
4. *Codificación de las unidades (primer nivel):* en esta fase, se codifica las unidades de significancia identificadas, luego de que se ha realizado un análisis previo que permite reunir estas unidades en diferentes categorías desde las más básicas hasta las más específicas.
5. *Descripción de las categorías codificadas:* se refiere a la interpretación del significado de cada una de las categorías definidas en la fase anterior.
6. *Codificación de las categorías (segundo nivel):* esta fase involucra integrar las categorías en temas y subtemas más generales con base en sus características. Para definir estos temas y subtemas, es necesario

identificar patrones entre las categorías. Estos temas constituyen la base de las conclusiones que se obtendrán como resultado del análisis.

7. *Generación de explicaciones:* una vez realizadas las fases anteriores, se establecen relaciones entre categorías a fin de interpretar los resultados y generar conclusiones del estudio.

Una vez ejecutados los procesos establecidos, tanto para la demanda de los profesionales prospecto, como para la del sector empresarial, éstos contribuirán al reconocimiento de los requerimientos y necesidades de estos grupos específicos para programas de entrenamiento profesional avanzado, como lo son las programas de posgrado.

3.3 Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta, es necesario mencionar que el Programa de Maestría en Turismo que se desea implementar es nuevo, por lo tanto, no se tiene información correspondiente a satisfacción o percepción que hayan tenido los estudiantes del programa. Por esta razón, únicamente corresponde realizar un estudio externo que consiste en el análisis comparativo de la oferta actual.

Para esta fase, se realizará una investigación documental, es una técnica en la que se seleccionan y analizan documentos escritos que contienen información de interés relacionada con el estudio. Además, esta técnica permite crear documentos o información nueva en la que es posible describir, explicar, analizar, comparar y/o criticar sobre un tema mediante el análisis de las fuentes de información. (Ávila Baray, 2006) De esta manera se establece la siguiente metodología para el estudio:

Metodología propuesta para el análisis desde la perspectiva externa.

1. *Objetivos del análisis de mercado*

La oferta del proyecto considera a todas las universidades o instituciones educativas que tengan dentro de su oferta académica programas de maestría en turismo. Por esta razón se ha definido los siguientes objetivos:

- Identificar los programas de maestría en turismo que se ofertan actualmente en las instituciones educativas del país.
- Conocer la especialización u orientación a la que se inclinan los diferentes programas de maestría que se están ofertando en el país.

2. *Población objeto de estudio: características.*

2.1. Población objeto de estudio

La población objeto de estudio está compuesta por todas las universidades, escuelas politécnicas, o instituciones educativas a nivel nacional que oferten programas de maestría en campos relacionados al turismo.

Tabla 16: Programas de maestría en turismo en Ecuador

INSTITUCIÓN	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	Maestría en Turismo Sostenible para el Desarrollo Local
Universidad de Cuenca	Maestría en Turismo Rural y Comunitario (En trámite)
Universidad Agraria del Ecuador	Maestría en Planificación y Gestión de Proyectos Turísticos y Ecológicos
Universidad Nacional de Chimborazo	Maestría en Marketing Turístico y Hotelero
Universidad Técnica del Norte	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas
Universidad Tecnológica Equinoccial	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales
Universidad de Especialidades Turísticas	Maestría en Gestión del Turismo

Fuente: Autor de la investigación

3. *Recopilación de la información:*

A fin de obtener información actual y relevante para el estudio, es necesario buscarla a través de fuentes secundarias, es decir, documentos e información que ya se encuentran publicadas en los diferentes sitios web de cada institución educativa, de esta manera se encontrará toda la información referente a los programas de posgrados que oferta actualmente, por ejemplo:

- Régimen de estudio
- Tiempo de estudio
- Título a obtener
- Plan de estudio
- Perfil de egreso

En caso de no existir la información necesaria, publicada en los sitios web, se procederá a realizar llamadas telefónicas a las instituciones con fin de obtener la información que se requiere.

4. *Organización, análisis e interpretación de la información:*

Una vez concluida la fase de recopilación de información, se procederá a realizar un cuadro comparativo entre los programas de maestría en turismo que se ofertan en las distintas universidades y escuelas politécnicas. El cuadro comparativo proporcionará la información necesaria para conocer las características más relevantes de cada uno de los programas.

De esta manera, se podrá tomar como referencia este análisis al momento de realizar el diseño de contenidos para el programa de maestría en turismo para la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

3.4 Segmentación

Una vez realizado el análisis de la demanda del presente estudio, es importante crear estrategias a fin de que los estudiantes prospecto se conviertan en clientes del programa de maestría. Por lo tanto, es necesario realizar una segmentación del mercado que permita identificar al o los mercados meta a los cuales se deberá direccionar y enfocar a los esfuerzos mercadológicos a fin de obtener aceptación de cada uno de ellos.

Según la American Marketing Association, la segmentación de mercado consiste en el proceso de subdividir un mercado en grupos más pequeños o subconjuntos compuestos de distintos clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. A cada uno de estos subconjuntos se los puede considerar como un objetivo que se alcanzará con una estrategia diferente de comercialización.

El proceso de segmentar a un mercado ofrece una serie de beneficios para las empresas o instituciones que lo practican, como por ejemplo:

- ✓ Se aprovecha de mejor manera los recursos de mercadotecnia ya que están enfocados y direccionados a segmentos potenciales de la empresa.
- ✓ Ayudan a los clientes a encontrar productos o servicios que están más adaptados a su necesidad, gusto o preferencia. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

Es importante señalar que un segmento, para ser considerado como tal, y que sea útil para los fines que tiene la empresa, debe cumplir los siguientes requisitos:

- ✓ *Ser medible*: es decir, que se pueda determinar exacta o aproximadamente aspectos como el tamaño, poder adquisitivo, y perfil de los individuos que lo componen.
- ✓ *Ser accesible*: se refiere a que se pueda llegar al segmento, de forma eficaz con toda la mezcla del marketing.
- ✓ *Ser sustancial*: es decir, que el segmento sea lo suficientemente grande o rentable para servirlos. Que sea significativo de tal manera que la empresa pueda enfocarse en dicho segmento.
- ✓ *Ser diferencial*: se refiere a que un segmento debe ser claramente distinto de otro a fin de que cada uno de ellos responda de una forma particular a las diferentes actividades de marketing. (Kotler & Armstrong, 2008)

Proceso de segmentación de mercado

Según Kotler y Keller (2009) el proceso de segmentación de mercado tomando en cuenta como punto de partida las necesidades de los estudiantes prospecto, está compuesto por 7 fases, de las cuales se considera únicamente a 4 debido al objetivo que se tiene con la presente investigación. Las fases se presentan a continuación:

1. **Segmentación por necesidades**: se divide a los clientes tomando como referencia la similitud de sus necesidades y de las ventajas o beneficios que persiguen a la hora de solucionar un problema particular.

2. **Identificación de segmentos:** para cada segmento por necesidades, se determina qué características demográficas, de estilo de vida o de uso los identifica,
3. **Atractivo del segmento:** mediante el uso de criterios de valoración predeterminados (crecimiento de mercado, intensidad competitiva, acceso al mercado), se determina el atractivo que tiene el segmento.
4. **Posicionamiento por segmentos:** para cada segmento se crea una propuesta de valor y una estrategia de posicionamiento basada en las necesidades y en las características exclusivas de cada grupo.

Tipos de segmentación

De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2007), existen 4 tipos de segmentación para mercados de consumo:

1. **Segmentación geográfica:** consiste en dividir los mercados en segmentos de acuerdo a su localización. Los hábitos de consumo dependen de la segmentación geográfica.
2. **Segmentación demográfica:** divide al mercado en segmentos de acuerdo a: la edad, el sexo, la clase social, ocupación, etapa del ciclo familiar, ingresos, nivel de educación.
3. **Segmentación psicográfica:** en este tipo, se identifican elementos como la forma de pensar, sentir y características de las personas. También se analizan aspectos como la personalidad, estilo de vida y valores.
4. **Segmentación por comportamiento:** consiste en identificar y conocer los beneficios deseados y el concepto que tienen sobre el

valor percibido a cambio del producto o servicio. Además, se identifica la frecuencia de compra del producto.

Una vez que se ha identificado al o los segmentos meta a los cuáles está dirigido el bien o servicio, es necesario conocer qué estrategias se puede aplicar para llegar de forma eficaz a cada uno de ellos. Según Stanton, Etzel y Walker (2007) las estrategias de segmentación son las siguientes:

1. **Estrategia de agregación:** la aplicación de esta estrategia permite que la empresa trate a todo su mercado como un solo segmento.
2. **Estrategia de concentración:** dentro de esta estrategia se elige como meta, un segmento abierto de mercado total, y se elabora una mezcla de marketing para llegar a ese único segmento.
3. **Estrategia de segmentos múltiples:** se determinan como segmentos meta a dos o más grupos de clientes y se elabora una mezcla de marketing para llegar a cada uno de los segmentos establecidos.

Mercado Objetivo

Una vez que se ha elegido la estrategia de segmentación que se aplicará, se define el perfil del segmento o segmentos de mercado elegidos, los cuales conformarán el mercado objetivo del programa de maestría en turismo.

3.5 Posicionamiento

Según los profesores Stanton, Etzel y Walker (2007), el posicionamiento es el uso que hace una empresa de todos los elementos que dispone para crear y mantener en la mente del mercado meta la imagen de un producto o servicio en relación a los de la competencia. Existen tres pasos en una estrategia de posicionamiento:

1. **Elegir el concepto de posicionamiento:** para posicionar un bien o servicio, el ofertante debe identificar y determinar qué es importante para su mercado objetivo.
2. **Diseñar la dimensión o característica que mejor comunica el posicionamiento:** El ofertante debe diseñar la mejor forma para comunicar la posición que tienen su producto en el mercado, puede comunicarse a través de marcas, lemas, apariencia o particularidades del producto, el lugar donde se puede encontrar, quiénes van a venderlo y de muchas otras maneras.
3. **Coordinar los componentes de la mezcla de marketing para que comunique una posición congruente:** todos los elementos de la mezcla de marketing deben estar alineados con el alcance de la posición pretendida.

Este proceso sólo se lo puede llevar a cabo una vez que haya desarrollado el estudio de demanda del programa de maestría. El análisis de los datos brindará el direccionamiento necesario para cumplir con este propósito.

De acuerdo a Trout y Rivkin, se trata de escoger una de estas tres opciones:

1. Fortalecer la posición actual que tiene el producto o servicio en la mente del consumidor.
2. Apoderarse de la posición desocupada.
3. Reposicionar a la competencia.

Al escoger una de estas opciones, lo importante es entender que el principal objetivo es desarrollar una propuesta de valor único, resaltando un beneficio, atributo o característica que ofrece el producto o servicio y que lo hace resaltar y destacar de entre todos los demás. (Trout & Rivkin, 1996)

Tipo de posicionamiento

Trout y Rivkin señalan que de acuerdo a la característica o dimensión que mejor describe el producto, existen diferentes tipos de posicionamiento:

- *Posicionamiento por atributo:* se posiciona al producto explotando uno de sus atributos principales.
- *Posicionamiento por beneficio:* se posiciona al producto por los beneficios que se obtienen al optar por su adquisición. Es decir, por el valor percibido que tiene el cliente sobre el producto.
- *Posicionamiento por uso o aplicación:* se posiciona al producto en base a determinados usos o aplicaciones que el resto de productos no pueden ofrecer.
- *Posicionamiento por competidor:* se posiciona al producto en base al lugar que ocupa en el mercado y en relación a sus competidores.
- *Posicionamiento por categoría de productos:* el posicionamiento del producto se lo hace en función al lugar que ocupa dentro de una categoría específica de productos.
- *Posicionamiento por calidad o precio:* el posicionamiento del producto se lo hace basándose en una relación precio - calidad.

3.6 Medición de mercado

La medición de mercado representa una decisión de vital importancia para todo tipo de empresa. Los directivos deben conocer el tamaño y la tasa de crecimiento de los distintos mercados con el fin de seleccionar las mejores estrategias corporativas para cada uno de ellos. Sin embargo, las mediciones de

mercado son estimativas, por tal razón no se las puede aceptar como si se tratara de cifras exactas.

La medición del mercado puede realizarse de algunas maneras:

- ✓ En base a las ventas de la empresa y de la industria a la que pertenece.
- ✓ En base a pronósticos de mercado determinando el nivel de ventas que se espera alcanzar aplicando métodos numéricos, y el potencial de mercado que constituye el límite superior que puede alcanzar la demanda de un producto en un período determinado.

Para el programa de maestría en turismo, no se cuentan con datos históricos que puedan servir como línea base, por esta razón se plantea el desarrollo de una *estimación de la demanda futura tomando como base los resultados de la investigación*, utilizando el nivel de aceptación que tuvo la propuesta del programa por parte de la demanda.

Según Andrés Moreno S. en su ponencia sobre medición de mercado, señala que para la aplicación de este tipo de estimación, se debe considerar lo siguiente:

1. *Pronóstico de comportamiento del entorno*: hace referencia a los resultados obtenidos en la encuesta sobre la intención de compra, el resumen y consenso de opiniones de la fuerza de venta y las opiniones de expertos.
2. *Pronóstico de las ventas de la industria*: hace referencia a los resultados obtenidos en el método de prueba o test de mercado, y a la investigación de comportamientos.

3. *Pronóstico de ventas de la organización*: hace referencia a los resultados obtenidos del análisis de registro de la conducta de compra, del análisis estadístico de la demanda y del análisis de series de tiempo.

Para la selección de un tipo de pronóstico, se debe considerar el tipo de datos y de información que se tiene al finalizar la investigación, el tipo de muestreo que se utilizó, y los segmentos de mercado a los cuales se dirigirá el programa.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Análisis situacional

Para el presente estudio, es importante analizar el entorno en el que se encuentra involucrada la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, esto con el fin de identificar problemas u oportunidades que inciden directa o indirectamente con la elaboración de este proyecto. Es así, que se presenta a continuación, el análisis del macroambiente, microambiente y ambiente interno de la universidad en relación al programa de maestría en turismo.

Macroambiente

El macroambiente está conformado por factores que afectan a todas las organizaciones y que no pueden ser controladas por las mismas. Los factores que inciden en la elaboración de este proyecto son:

Factor Económico:

El Turismo, se encuentra dentro de los cuatro sectores productivos que contribuyen a la riqueza del país, junto con la construcción, la agricultura y pesca, y la industria. Además, como se puede observar en la siguiente tabla, el turismo representa la sexta fuente de ingresos más importante del país.

Tabla 17: Ingresos por Turismo / Exportaciones (Mill. USD)

AÑOS/TRIM	TURISMO	PETROLEO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES
2012	507,3	6.728,6	1.134,2	656,4	676,9	514,4	308,7	407,3
UBICACION	6	1	2	4	3	5	8	7
2013	559,8	6.502,6	1.245,9	788,6	253,7	748,0	299,3	459,0
UBICACION	6	1	2	3	8	4	7	6

Fuente: Publicación Ministerio de Turismo

De esta manera, se comprueba que económicamente hablando, el turismo es un sector que se encuentra en crecimiento, por esta razón, representa una oportunidad para toda empresa u organización que genere a base del turismo actividades dentro del entretenimiento, la producción o la educación.

Factor Político



La Constitución de la República del Ecuador tiene como fin la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art. 276). Para alcanzar aquello, se ha desarrollado un Plan Nacional de Desarrollo o también conocido como Plan Nacional del Buen Vivir en el cual se ha propuesto una serie de objetivos que contribuyen directamente al fiel cumplimiento de dichos objetivos y a la consolidación de una economía rentable y sostenible, generando bienestar en el pueblo ecuatoriano. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Uno de los objetivos que se menciona en el Plan Nacional del Buen Vivir, es el de impulsar la transformación de la matriz productiva a través de conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. (SENPLADES, 2013). En este caso, el turismo representa un sector prioritario para la atracción de inversión nacional y extranjera, además, es un eje fundamental para la reactivación de la economía. Es por

esta razón que la elaboración de proyectos o programas en torno al turismo, constituyen una oportunidad para la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en su deseo de implementar su oferta académica.

Factor Legal

Dentro de la educación, existen varias universidades que ofrecen programas de pregrado y posgrado de turismo o relacionados al mismo, sin embargo, según la Ley de Educación Superior, las instituciones educativas que se encuentran en las categorías B, C y D pueden ofertar programas de maestría y posgrados. Únicamente aquellas que se encuentren en la categoría A pueden ofertar programas de doctorado, también conocidos como PhD. (Redacción Sociedad, 2013)

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se encuentra en la categoría A, por lo tanto, esta Ley representa una oportunidad al momento de implementar un programa de maestría en turismo con respecto a otras instituciones.

Factor Demográfico

Tabla 18: Número de Profesionales Titulados en Quito

ÁREAS DE CONOCIMIENTO	TITULADOS	
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	77.808	
Humanidades y artes	7.631	
Ingeniería, industria y producción	30.283	
Servicios	4.620	
Servicios: Protección Medio Ambiente	548	
Servicios de Seguridad	137	
Servicios Personales	4072	
TOTAL PROFESIONALES	4620	120.342

Fuente: SENESCYT (agosto 2013)

Como se observa en la tabla, existen 120.342 profesionales titulados en el Distrito Metropolitano de Quito hasta agosto del 2013, de los cuales, 4360 profesionales se desempeñan dentro del área de servicios. Dentro de esta área se

encuentran los profesionales titulados en áreas relacionadas al turismo. En los últimos años, el número de profesionales se ha incrementado y la tendencia en el país muestra que los profesionales que cuentan con un título de tercer nivel, se proyectan y desean obtener un título de cuarto nivel debido a la competencia que existe actualmente en el campo laboral y a la mejora que se obtiene en la remuneración, (CEAACES, 2013) es así que, esta tendencia representa una oportunidad para las instituciones educativas que ofertan programas de maestría en turismo y otros campos de estudio.

Factor Social – Cultural

Acorde con el Plan Nacional del Buen Vivir, se ha elaborado un Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), el cual plantea que el desarrollo sostenible del turismo requiere la participación conjunta de todos los agentes que están involucrados en este tipo de actividades. (Tourism y Leisure - Europraxis, 2007) Es así que los objetivos que se propone en dicho plan se encuentran:

Tabla 19: Objetivos del Turismo Sostenible

✓ Viabilidad económica	✓ Prosperidad local
✓ Calidad de empleo	✓ Equidad social
✓ Satisfacción del visitante	✓ Control local
✓ Riqueza cultural	✓ Integridad física
✓ Diversidad biológica	✓ Eficiencia en uso de los recursos
✓ Pureza ambiental	

Fuente: PLANDETUR 2020

Lo que se pretende con estos objetivos es impulsar y reactivar la economía del país. Por hacer referencia a uno de ellos, se está logrando el incremento del empleo, es así que durante el periodo 2007 – 2011 la generación del mismo aumentó en un 34.75%, al pasar de 75.198 a 101.329 fuentes de trabajo. (Turismo, 2011)

Por lo tanto, todo programa o proyecto que contribuya activamente al cumplimiento de dichos objetivos, se constituye como una oportunidad y aporta en el desarrollo del sector turístico en el país. En este caso, la formación académica dentro de este campo, permitirá alcanzar con las metas propuestas en el Plan.

Seguridad para el turista

Si bien es cierto, el Ecuador es un destino turístico sumamente atractivo a nivel mundial, sin embargo, según un análisis realizado por el Ministerio de Turismo, la *inseguridad* está entre las observaciones negativas que hacen los turistas respecto al país. A ésta se suman la falta de servicios higiénicos, señalización vial y servicios de salud. Y es así que países como Estados Unidos, España y Gran Bretaña recomiendan medidas de seguridad a los viajeros que visitan Ecuador. (Reds. Guayaquil, 2014)

Debido a estos inconvenientes, los sectores público y privado han unidos sus esfuerzos para la elaboración del primer Instructivo de Seguridad para Turistas en el Ecuador; éste tendrá como fin informar tanto a ciudadanos como a turistas sobre las medidas de seguridad que se deberán tomar en cuenta para que puedan disfrutar al máximo las actividades turísticas y atractivos que ofrece el país.

Como se analizó, la seguridad es un factor muy importante para el turista al momento de escoger un destino, por esta razón, es importante que los profesionales dentro del campo turístico manejen conocimientos integrales sobre alternativas que brinden seguridad a los viajeros. Este factor deberá ser tomado en cuenta a la hora de crear la propuesta de contenidos para el programa de maestría en turismo.

Microambiente

El microambiente está conformado por los factores que afectan directamente a la organización, que en este caso, es la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Para el presente estudio se analizarán a estos factores a través del modelo de las 5 fuerzas competitivas según Michael Porter como ya se mencionó en la metodología.

1. Barreras de entrada a nuevos competidores

Como se mencionó anteriormente, para que una institución educativa pueda incluir dentro de su oferta académica un programa de maestría, es necesario que se encuentre dentro de las categorías A, B, C o D.

Según el CEAACES⁸, las universidades que podrían optar por implementar programas de maestría dentro de su oferta académica son:

Tabla 20: Categorización de Universidades con oferta académica de pregrado

	Universidad de los Hemisferios
Categoría B	Universidad Estatal Amazónica
	Universidad Politécnica del Carchi
Categoría C	Universidad Iberoamericana
	Universidad Estatal Península de Santa Elena
	Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo
Categoría D	Universidad Técnica de Manabí
	Universidad Tecnológica ECOTEC
	Universidad Católica de Cuenca
	Universidad de Otavalo

Fuente: CEAACES 2014

⁸ CEAACES: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

En caso de decidirse, estas instituciones educativas cumplen con los requisitos para implementar a su oferta académica programas de maestría.

2. Amenaza de sustitutos

No existe un programa sustituto directo para un programa de maestría en turismo lo que representa una ventaja, sin embargo, existen cursos de especialización dentro de este campo que se ofertan periódicamente en el país. Es importante señalar que estos cursos capacitan a los estudiantes únicamente en temas específicos o de acuerdo a las necesidades que tengan una o varias organizaciones con respecto a esta área, por tal razón el tiempo de duración varía entre los 2 y 6 meses. Los cursos de especialización en temas relacionados al turismo que se han ofertado en el país en este último año son:

Tabla 21: Cursos de Turismo en Ecuador

Institución Educativa	Denominación del curso	Modalidad de estudio	Descripción del curso
Fundación Universitaria Iberoamericana - FUNIBER	Curso de especialización en dirección hotelera	Distancia	Curso enfocado en impartir conocimientos sobre tendencias de hostelería y gastronomía, y en profundizar conocimientos de liderazgo y dirección empresarial.
Fundación Universitaria Iberoamericana - FUNIBER	Curso de especialización en turismo sostenible	Distancia	Imparte conocimientos sobre: turismo y patrimonio cultural, impactos ambientales, turismo rural y desarrollo sostenible, gestión de empresas turísticas, marketing de empresas y destinos turísticos

Continúa...

Institución Educativa	Denominación del curso	Modalidad de estudio	Descripción del curso
Vértice Business School - España	Curso superior en dirección estratégica operacional e internacional de empresas turísticas	Online	Se imparten conocimientos necesarios para la gestión y dirección de empresas en el ámbito de la hostelería y la restauración
Vértice Business School - España	Curso superior en marketing turístico y recursos humanos	Online	Favorece el aprendizaje de los conocimientos necesarios para gestionar de forma eficaz las funciones necesarias en el desempeño de la gestión de eventos, atención al cliente y dirección turística
Colegio de Arquitectos del Ecuador Provincial de Pichincha	Sostenibilidad del Turismo. Herramientas para su aplicación práctica	Presencial	Imparte conocimientos sobre: el concepto de sostenibilidad, el marco legal y su relación con la planificación y gestión del turismo.
Liderazgo - Capacitación y consultoría - Quito	Marketing Turístico Seminario Hoteles Clientes Turismo para Empresas Viajes	Presencial	Impartir conocimientos sobre: marketing turístico, manejo de clientes nuevos y antiguos.
Centro de Excelencia Turística - Guayaquil	Turismo 2,0 - Estrategias y tácticas	Presencial	Fortalecer y desarrollar las capacidades operativas y administrativas de los actores principales del turismo en la provincia y el país,
Centro de E-Learning - UTN-FRBA-SCEU - Argentina	Curso de Experto Universitario en Turismo Rural	Distancia	Impartir conocimientos sobre el desarrollo del Turismo Rural en la actualidad así como las implicancias de las nuevas preferencias de la demanda sobre las áreas rurales.
Universidad de Buenos Aires - Facultad de Agronomía - Argentina	Curso sobre el negocio del turismo rural	Online	Impartir conocimientos sobre las bases del negocio del turismo rural y en la transformación de los recursos rurales en productos turísticos competitivos.

Continúa...

Institución Educativa	Denominación del curso	Modalidad de estudio	Descripción del curso
Centro de Formación SN Ecuador - Guayaquil	Curso de Calidad Turística: Q de Hoteles	Online / Presencial	Impartir conocimientos sobre posicionamiento de marca, mejora de la calidad de servicios turísticos.

Fuente: Sitios Web: Cursosypostgrados.ec – Educaedu.com.ec

3. Poder de negociación de los compradores

Tabla 22: Número de profesionales en Quito en el área de servicios

PROFESIONALES ÁREA DE SERVICIOS	Número Profesionales
Servicios: Protección Medio Ambiente	548
Servicios de Seguridad	137
Servicios Personales	4072
TOTAL PROFESIONALES	4620

Fuente: SENESCYT (agosto 2013)

Los profesionales que poseen títulos relacionados al turismo, se encuentran dentro de la subárea del conocimiento de servicios personales, es decir que de los 4072 profesionales que conforman esta subárea, se encuentran:

- ✓ Profesionales que cuentan con un título de tercer nivel, ya sea ingeniería o licenciatura, en campos de estudio relacionados al turismo (en su mayoría).
- ✓ Profesionales que cuentan con un título de cuarto nivel, es decir una maestría en dichos campos. Éstos representan una minoría del total de profesionales titulados.

Por esta razón, se puede decir que existe un alto porcentaje de estudiantes prospecto que estarían dispuestos a mejorar su formación

académica con estudios de cuarto nivel, es decir, maestrías y posgrados en temas relacionados al turismo.

Sin embargo, este factor constituye uno de los motivos esenciales de la investigación, ya que se busca conocer a los potenciales estudiantes del programa que se desea implementar.

4. *Poder de negociación de los proveedores*

Dentro de la oferta de un programa de maestría en cualquier campo, los proveedores son diferentes a los de una empresa o una organización de algún bien o servicio. En este caso, es necesario analizar a los factores que se requieren para poder impartir un programa educativo.

Según el modelo institucional de posgrado creado por el CEAACES⁹, para que una institución educativa pueda ofertar cualquier tipo de posgrado, necesita manejar los siguientes criterios o ejes:

1. Academia
2. Eficiencia Académica
3. Investigación
4. Organización
5. Infraestructura

A los cuatro primeros puntos, no se los puede analizar debido a que el programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE es nuevo, por tal razón no se cuenta con información referente a dichos puntos. A pesar de esto,

⁹ CEAACES: Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

se puede decir que la Universidad cumple satisfactoriamente con el modelo institucional establecido por el CEAACES ya que es una institución de categoría A. (Consejo de Evaluación Superior, 2013)

En el caso de la infraestructura, y según los requerimientos que exige el modelo institucional mencionado anteriormente, la ESPE cuenta con los siguientes recursos:

Tabla 23: Modelo Institucional de Posgrado - Infraestructura

INFRAESTRUCTURA		Espacio estudiantes
	<i>Biblioteca</i>	Libros
		Gestión de biblioteca
		Consultas por usuario
	<i>TIC (Tecnologías de la información y comunicación)</i>	Conectividad
		Innovación tecnológica
		Cobertura estudiantes
	<i>Espacios docentes</i>	Oficinas Tiempo completo
		Salas para Medio tiempo / Tiempo parcial
		Calidad aulas
	Espacios de bienestar	

Fuente: CEAACES 2013

De esta manera, se puede determinar que la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, está en la capacidad de implementar a su oferta académica un programa de maestría en turismo.

5. Rivalidad entre los competidores

En el Ecuador, existen universidades que ofertan programas de maestría en varios campos del turismo, pero se diferencian en el tipo de especialización que tiene cada programa.

Tabla 24: Oferta de Programas de Maestría de Turismo en el Ecuador

INSTITUCIÓN	CATEGORÍA	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	B	Maestría en Turismo Sostenible para el Desarrollo Local
Universidad de Cuenca	B	Maestría en Turismo Rural y Comunitario (En trámite)
Universidad Agraria del Ecuador	D	Maestría en Planificación y Gestión de Proyectos Turísticos y Ecológicos
Universidad Nacional de Chimborazo	C	Maestría en Marketing Turístico y Hotelero
Universidad Técnica del Norte	B	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas
Universidad Tecnológica Equinoccial	B	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales
Universidad de Especialidades Turísticas	C	Maestría en Gestión del Turismo

Fuente: Sitio web de cada institución educativa

Como se observa en la tabla, cada programa de maestría tiene una orientación diferente, por lo tanto, se puede decir que aunque los programas están relacionados al turismo, no hay una competencia directa, ya que no existen universidades que oferten el mismo tipo de maestría. Una de las características más importantes que puede influenciar en la decisión de compra por parte del estudiante, es la categoría en la que se encuentra cada universidad.

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE cuenta con una gran ventaja, ya que podría ser la única institución educativa que oferte un programa de maestría en turismo que se encuentre dentro de la Categoría A según el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Educación Superior CEAACES.

Ambiente Interno

Como ya se mencionó anteriormente, debido a que el programa de maestría que se desea implementar es nuevo, no se tiene información histórica o relevante que establezca criterios que se deban: tomar en cuenta, suprimir, o mejorar.

Sin embargo, el CEAACES establece un modelo para la acreditación de carreras a la cual toda institución educativa debe someterse, a fin de evaluar y controlar los resultados que se obtienen de las mismas. El modelo se conforma de algunas variables que deben manejarse por cada institución que desee impartir ya sea un programa de pregrado o posgrado.

Tabla 25: Modelo para la evaluación del entorno de aprendizaje de carreras

ENTORNO APRENDIZAJE DE LA CARRERA						
Pertinencia A	Estado actual: Prospectiva:	No existe el programa Implementar el programa	Ambiente institucional D	Administración	Encuentros y seminarios	
	Seguimiento a graduados				Responsable académico	
	Vinculación con la sociedad	Participación estudiantil Participación profesores			Apoyo a la inserción profesional Información para la evaluación Seguimiento del sílabo	
Plan Curricular B	Perfil de egreso		Estudiantes E	Infraestructura	Biblioteca	Bibliografía básica
	Perfiles consultados				Calidad bibliográfica	
	Malla curricular				Labs y/o instalaciones de práctica	Funcionalidad
	Programas de las asignaturas					Suficiencia
	Prácticas preprofesionales					
Academia C	Calidad profesores	Evaluación docentes	Estudiantes E		Tutorías	
		Afinidad formación docencia			Eficiencia Terminal	
		Formación de posgrado			Tasa de retención	
		Actualización científica			Seguimiento del sílabo	
		Titularidad			Nivelación	
	Dedicación	Profesores de tiempo completo			Estudiantes que realizan prácticas	
		Estudiantes por profesor TC			Participación estudiantil	
		Carga horaria TC				
		Profesores visitantes				
	Producción académica	Profesores MT/TP				
		Producción científica				
		Investigación regional				
		Libros revisados por pares				

Fuente: CEAACES 2013

Toda carrera ya sea de pregrado o posgrado, debe cumplir con cada uno de los requisitos en torno a las variables que se muestran en el modelo anterior. En este caso, el programa de maestría en turismo que se desea implementar, deberá sujetarse a esta matriz de evaluación.

4.2 Análisis de la demanda

Análisis de resultados de la investigación a los estudiantes prospecto

A continuación se presentan los resultados de la investigación a los estudiantes prospecto, los mismos que se obtuvieron a través del análisis de datos con el software SPSS:

1. Datos demográficos: Dentro de estos datos, se analizó: el género, lugar de residencia, denominación y titulación de cada uno de los encuestados, a fin de establecer un perfil sobre los estudiantes prospecto del programa:

Tabla 26: Género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	63	46,0%
Femenino	74	54,0%
Total	137	100,0%

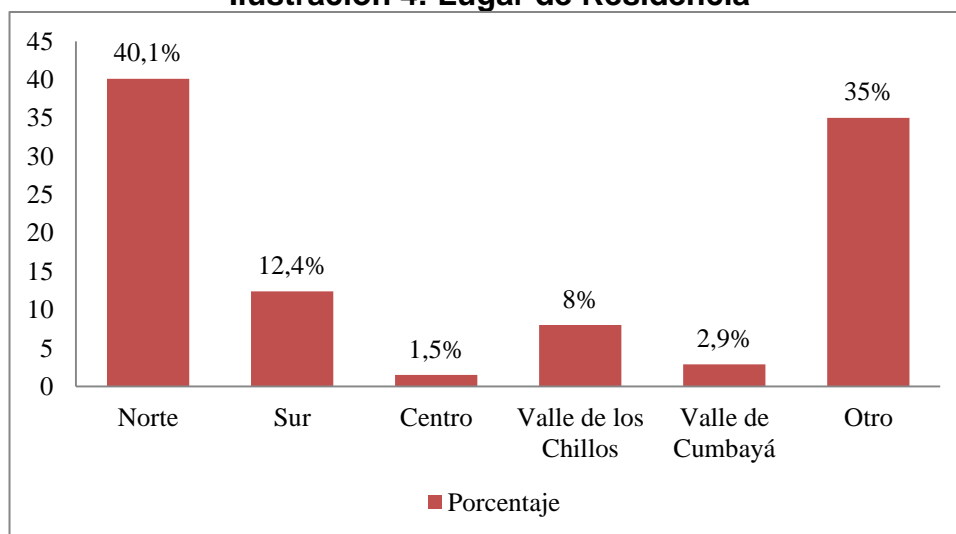
Fuente: Autor de la investigación

En cuanto al género, de los 137 encuestados, se puede observar que el 46% representan al género masculino, mientras que el 54% restante pertenecen al género femenino.

Tabla 27: Lugar de Residencia

	Frecuencia	Porcentaje válido
Norte	55	40,1
Sur	17	12,4
Centro	2	1,5
Valle de los Chillos	11	8,0
Valle de Cumbayá	4	2,9
Otro	48	35,0
Total	137	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 4: Lugar de Residencia

Como se puede apreciar en la tabla, de los 137 encuestados, el 40.1% residen en el Norte de Quito, el 12.4% en el Sur de Quito, el 8% en el Valle de los Chillos, el 2.9% en Cumbayá y tan sólo el 1.5% en el Centro de Quito. Sin embargo, se puede apreciar también que el 35% de los encuestados no residen en la capital, sino en otras ciudades tales como: Cuenca, Guayaquil, Riobamba y Portoviejo.

Tabla 28: Título de tercer nivel obtenido

	Frecuencia	Porcentaje
Licenciatura	56	40,9
Ingeniería	71	51,8
Otro	10	7,3
Total	137	100,0

Fuente: Autor de la investigación

La tabla anterior corresponde a la denominación genérica del título que poseen los encuestados, se puede observar que el 40.9% de los mismos poseen un título de licenciatura, el 51.8% poseen un título de ingeniería, mientras que el 7.3% restante poseen un título de tecnología aplicada a diferentes áreas del conocimiento.

Tabla 29: Denominación del título obtenido

Título	Frecuencia	Porcentaje válido
Abogacía	3	2,2
Arquitectura	2	1,5
Economía	5	3,6
Ingeniería Comercial	13	9,5
Ingeniería Electrónica	1	,7
Ingeniería en Acuicultura	1	,7
Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	49	35,8
Ingeniería en Comercio Exterior	1	,7
Ingeniería en Finanzas	4	2,9
Ingeniería en Informática	3	2,2
Ingeniería en Mercadotecnia	3	2,2
Ingeniería en Sistemas	1	,7
Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	15	10,9
Licenciatura en Biología	1	,7
Licenciatura en Ciencias de la Educación	2	1,5
Licenciatura en Comunicación Social	9	6,6
Licenciatura en Gestión Gastronómica	2	1,5
Licenciatura en Idiomas	1	,7
Licenciatura en Psicología Clínica	1	,7
Licenciatura en Relaciones Públicas	1	,7
Licenciatura en Turismo	19	13,9
Total	137	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ahora bien, como se puede apreciar en la tabla, éstos son los títulos obtenidos por los estudiantes prospecto, sin embargo para poder manejar de mejor manera la información, se procede a relacionar a cada título dentro del área del conocimiento al cual pertenece:

Tabla 30: Área del conocimiento a la que pertenece la carrera

Área del conocimiento	Título	Frecuencia
Agricultura, Ganadería y Pesca	Ingeniería en Acuicultura	1
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Abogacía	3
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Economía	5
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Ingeniería Comercial	13
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Ingeniería en Comercio Exterior	1
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Ingeniería en Finanzas	4
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Ingeniería en Mercadotecnia	3
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Licenciatura en Biología	1
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Licenciatura en Comunicación Social	9
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Licenciatura en Psicología Clínica	1
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	Licenciatura en Relaciones Públicas	1
Educación	Licenciatura en Ciencias de la Educación	2
Humanidades y Artes	Licenciatura en Idiomas	1
Ingeniería Industria y Producción	Arquitectura	2
Ingeniería Industria y Producción	Ingeniería Electrónica	1
Ingeniería Industria y Producción	Ingeniería en Informática	3
Ingeniería Industria y Producción	Ingeniería en Sistemas	1
Servicios	Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	49
Servicios	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	15
Servicios	Licenciatura en Gestión Gastronómica	2
Servicios	Licenciatura en Turismo	19
Total		137

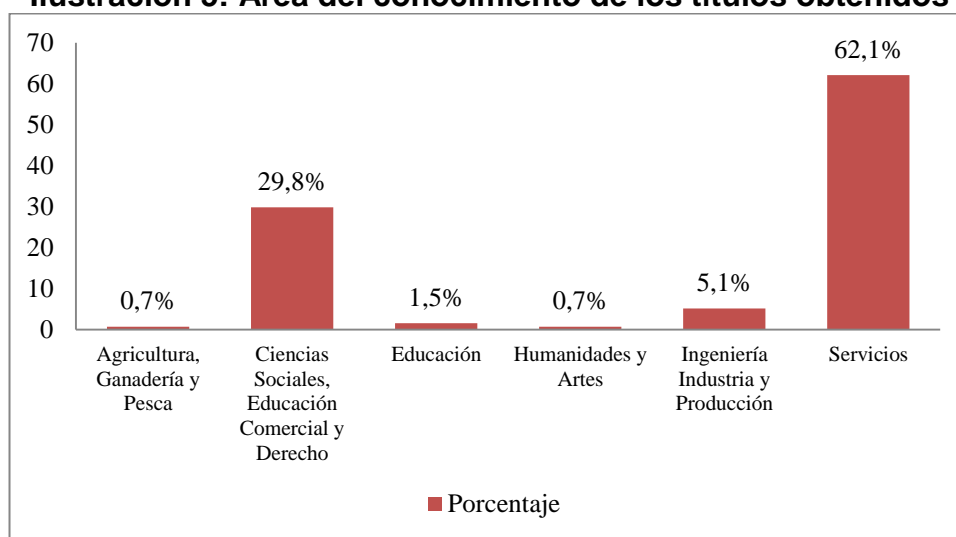
Fuente: Autor de la investigación

Una vez que se tiene el área del conocimiento a la cual pertenece la carrera, se procede a realizar el análisis.

Tabla 31: Frecuencia área del conocimiento

Área del conocimiento	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura, Ganadería y Pesca	1	0,7
Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho	41	29,8
Educación	2	1,5
Humanidades y Artes	1	0,7
Ingeniería Industria y Producción	7	5,1
Servicios	85	62,1
Total	137	100

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 5: Área del conocimiento de los títulos obtenidos

Como se puede observar, el 62.1% de los estudiantes prospecto se encuentran dentro del área de conocimiento Servicios, lo que significa que cuentan con títulos relacionados al turismo, el 29.8% cuentan con títulos dentro del área Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, el 5.1% de los encuestados poseen títulos dentro del área Ingeniería Industria y Producción. Tan sólo el 1.5% y el 0.7% de los estudiantes prospecto poseen títulos dentro de las áreas Educación y Agricultura respectivamente.

2. Datos sobre empleo: Dentro de estos datos, se analizó: si el estudiante prospecto se encuentra trabajando actualmente, cuál es la modalidad de su trabajo y la información general sobre la empresa donde labora.

Tabla 32: ¿Actualmente trabaja?

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	133	97,1
No	4	2,9
Total	137	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Como se observa en la tabla, de los 137 encuestados, el 97.1% se encuentran trabajando actualmente y tan sólo el 2.9% no se encuentra haciéndolo.

Tabla 33: Modalidad de Trabajo

	Frecuencia	Porcentaje válido
Relación de Dependencia	128	96,2
Profesional Independiente	5	3,8
Total	133	100,0

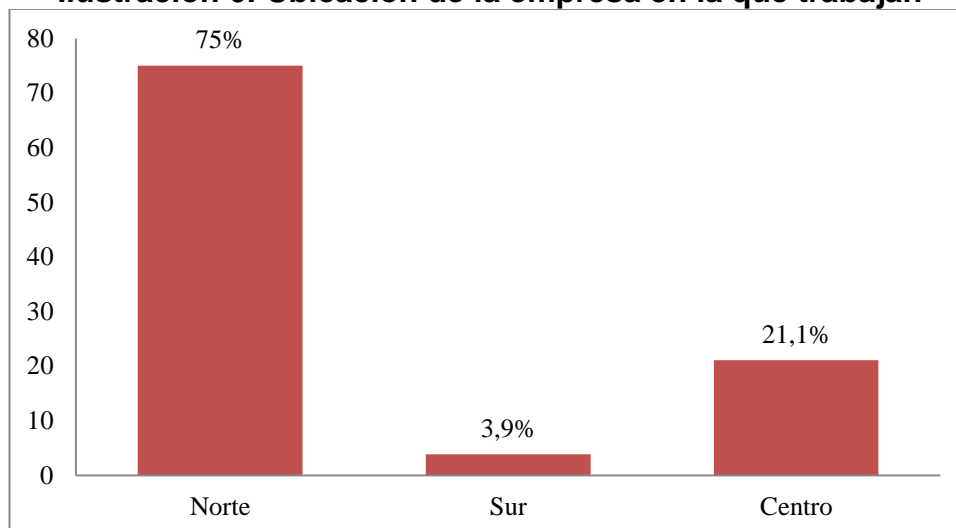
Fuente: Autor de la investigación

De los 133 encuestados que dijeron que actualmente se encuentran trabajando, el 96.2% lo hacen en relación de dependencia, es decir, trabajan dentro de una empresa y para un empleador. Sólo el 3.8% trabaja como profesional independiente, es decir, es dueño de su propio negocio y no trabaja para terceros, sino para sí mismo.

Tabla 34: Ubicación de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje válido
Norte	96	75,0
Sur	5	3,9
Centro	27	21,1
Total	128	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 6: Ubicación de la empresa en la que trabajan

De los 128 encuestados que trabajan en relación de dependencia, se puede apreciar que el 75% lo hacen en empresas ubicadas en el Norte de la ciudad, el 21.1% en el Centro y tan sólo el 3.9% en el Sur de la ciudad.

Tabla 35: Sector al que pertenece la empresa

	Frecuencia	Porcentaje válido
Público	115	89,8
Privado	13	10,2
Total	128	100,0

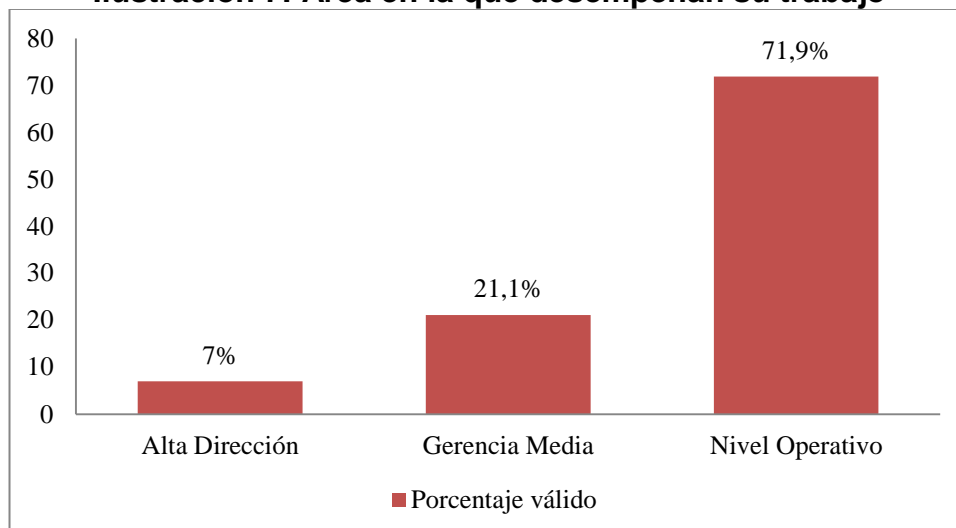
Fuente: Autor de la investigación

De los 128 profesionales que trabajan en relación de dependencia, se puede evidenciar claramente que el 89.8% lo hacen en empresas pertenecientes al sector público, y sólo el 10.2% en empresas privadas.

Tabla 36: Área en la que desempeñan su trabajo

	Frecuencia	Porcentaje válido
Alta Dirección	9	7,0
Gerencia Media	27	21,1
Nivel Operativo	92	71,9
Total	128	100,0

Fuente: Autor de la investigación

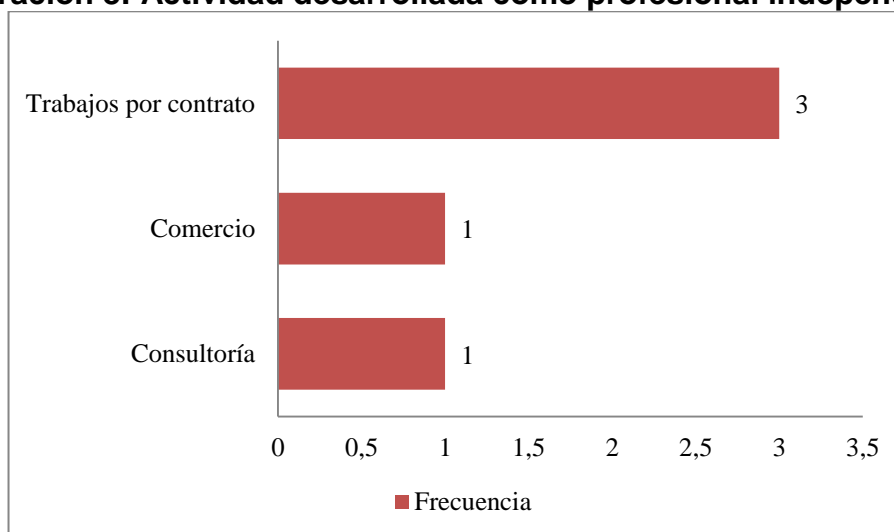
Ilustración 7: Área en la que desempeñan su trabajo

Cómo se puede observar en la ilustración, la mayoría de los encuestados que trabajan en relación de dependencia, desempeñan sus labores en niveles operativos con un 71.9%, el 21.1% lo hacen a nivel de gerencia media y tan sólo el 7% en la alta dirección de la empresa.

Tabla 37: Actividad desarrollada como profesional independiente

	Frecuencia	Porcentaje válido
Consultoría	1	20,0
Comercio	1	20,0
Trabajos por contrato	3	60,0
Total	5	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 8: Actividad desarrollada como profesional independiente

Ahora bien, de los 5 encuestados que trabajan como profesionales independientes, 3 desempeñan sus labores a través de trabajos por contrato, 1 es consultor y de igual forma 1 trabaja a través del comercio.

3. Proyección profesional: Dentro de estos datos, se analizó si los estudiantes prospecto, han considerado en complementar su formación profesional con una maestría.

Tabla 38: Proyección profesional

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	128	93,4
No	9	6,6
Total	137	100,0

Fuente: Autor de la investigación

De los 137 encuestados, el 93.4% sí considera complementar su formación profesional con una maestría. Dentro del 6.6% que no han considerado, se encuentran los que no desean y otros que ya poseen un título de cuarto nivel.

4. Disposición de compra: dentro de estos datos se analizó si los estudiantes prospecto han considerado complementar su formación profesional con un programa de maestría en turismo, y en caso de que no, cuáles serían las razones.

Tabla 39: Disposición de compra

	Frecuencia	Porcentaje válido
Sí	96	75,0
No	32	25,0
Total	128	100,0

Fuente: Autor de la investigación

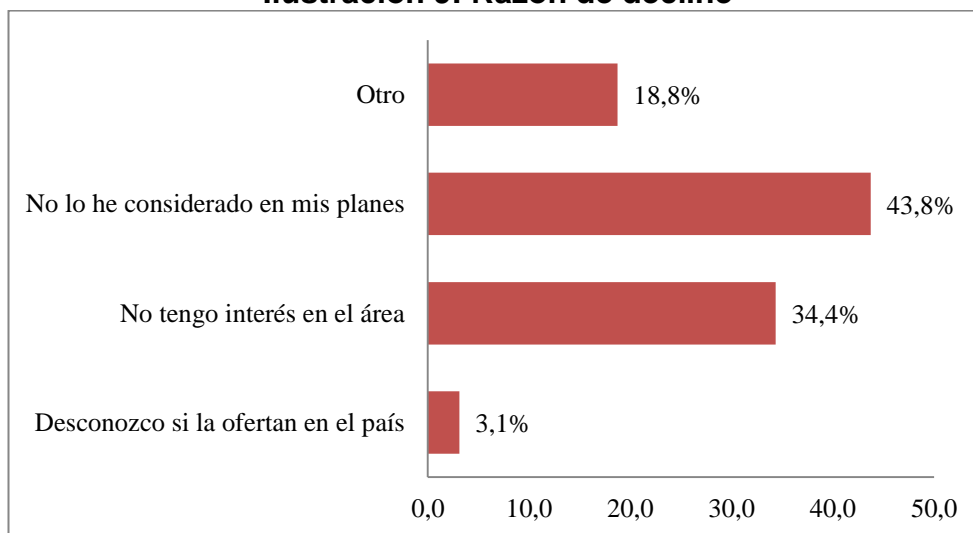
De los 128 encuestados que consideran complementar su formación profesional con un programa de maestría, el 75% lo harían con un programa de maestría en turismo, mientras que el 25% no lo desearían dentro de este campo de estudio.

Tabla 40: Razón de decline

	Frecuencia	Porcentaje válido
Desconozco si la ofertan en el país	1	3,1
No tengo interés en el área	11	34,4
No lo he considerado en mis planes	14	43,8
Otro	6	18,8
Total	32	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 9: Razón de decline



Ahora, de los 32 encuestados que dijeron que no están interesados en un estudiar programa de maestría en turismo, el 43.8% no lo ha considerado dentro de sus planes personales, el 34.4% no tiene interés en el turismo o en áreas relacionadas al mismo, el 18.8% representa a casos específicos personales y tan sólo el 3.1% no lo ha considerado porque desconoce la oferta de este tipo de programas en el país.

5. Decisión de compra: Dentro de estos datos se analizó: en qué clase de institución optarían por estudiar un programa de maestría en turismo, ya sean nacionales o en el extranjero, qué factores consideran los encuestados importantes al momento de decidirse por una institución educativa, de qué manera han obtenido información sobre la oferta de programas de maestría, el valor que estarían dispuestos a pagar por un programa de maestría, forma de pago y el régimen de estudio que prefieren para el estudio del posgrado.

Tabla 41: Clase de institución en la que optaría por estudiar una Maestría en Turismo

	Frecuencia	Porcentaje válido
Universidades y Escuelas Politécnicas Nacionales	65	67,7
Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero	31	32,3
Total	96	100,0

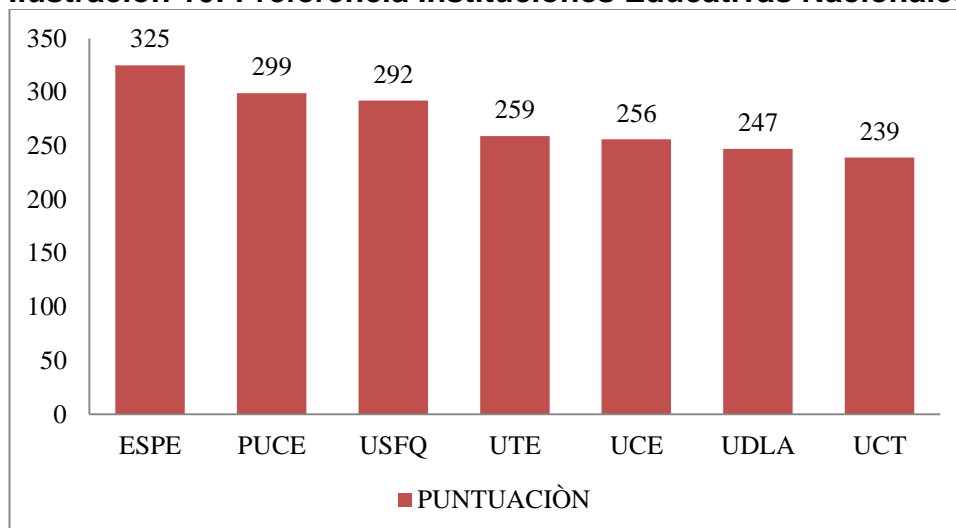
Fuente: Autor de la investigación

De los 96 estudiantes prospecto que sí consideran estudiar un programa de maestría en turismo, el 67.7% prefiere hacerlo en Universidades y Escuelas Politécnicas Nacionales, mientras que el 32.3% considera hacerlo en Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero.

Tabla 42: Preferencia Instituciones Educativas Nacionales

INSTITUCIÓN	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE PREFERENCIA
ESPE	325	17,0	1er. Lugar
PUCE	299	15,6	2do. Lugar
USFQ	292	15,2	3er. Lugar
UTE	259	13,5	4to. Lugar
UCE	256	13,4	5to. Lugar
UDLA	247	12,9	6to. Lugar
UCT	239	12,5	7mo. Lugar
TOTAL	1917	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 10: Preferencia Instituciones Educativas Nacionales

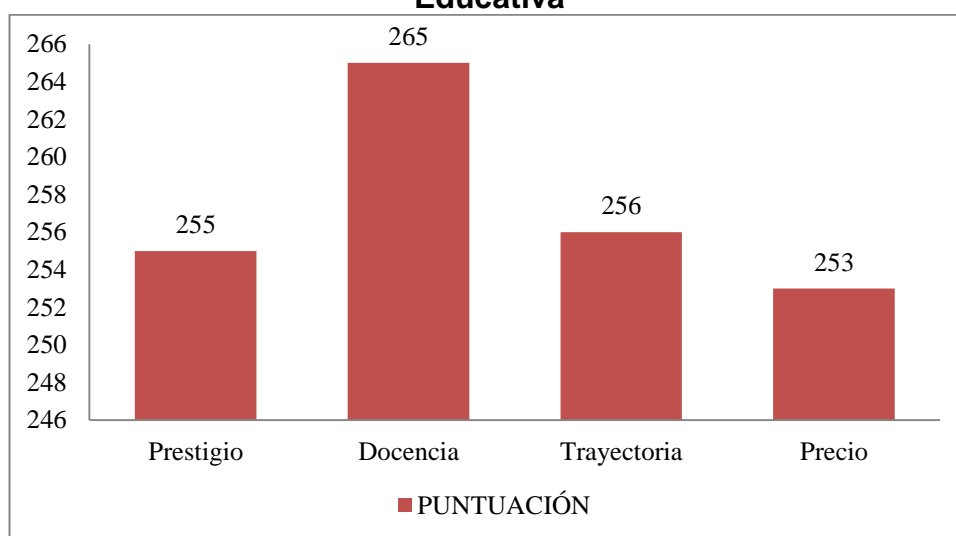
Como se puede observar en la tabla, la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE obtuvo el mayor puntaje como la institución educativa de mayor preferencia con 325 puntos, el segundo y tercer lugar los ocuparon la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y la Universidad San Francisco de Quito con 299 y 292 puntos respectivamente, con una mínima diferencia el cuarto lugar lo obtuvo la Universidad Tecnológica Equinoccial con 259 puntos, frente a los 256 que tuvo la Universidad Central del Ecuador. De esta manera, las universidades de menor preferencia para los estudiantes prospecto son la Universidad de las Américas y la Universidad de Especialidades Turísticas.

Tabla 43: Factores de decisión para la elección de una Institución Educativa

ATRIBUTOS	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE IMPORTANCIA
Prestigio	255	24,8	Tercer Lugar
Docencia	265	25,8	Primer Lugar
Trayectoria	256	24,9	Segundo Lugar
Precio	253	24,6	Cuarto Lugar
TOTAL	1029	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 11: Factores de decisión para la elección de una Institución Educativa

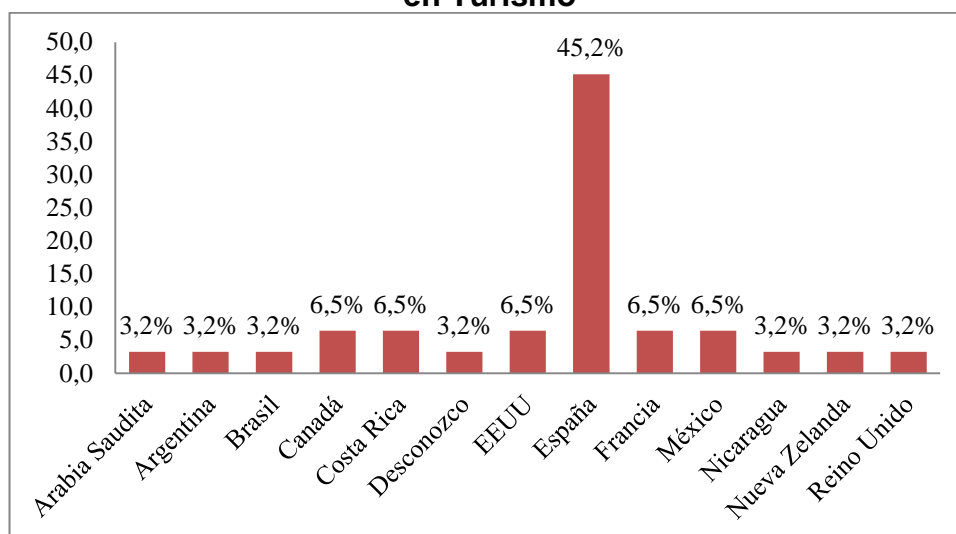


Como se observa en el gráfico, los estudiantes prospecto consideran al prestigio, la docencia, la trayectoria y al precio como factores de importancia al momento de decidirse por un programa de maestría en turismo en una institución educativa. No se podría establecer a un solo factor como el de mayor importancia o a otro como nada importante, sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos, se puede definir a la docencia como el factor de mayor importancia para el estudio de un programa de maestría en turismo.

Tabla 44: País en el extranjero en el cual estudiaría una Maestría en Turismo

	Frecuencia	Porcentaje
Arabia Saudita	1	,7
Argentina	1	,7
Brasil	1	,7
Canadá	2	1,5
Costa Rica	2	1,5
Desconozco	1	,7
EEUU	2	1,5
España	14	10,2
Francia	2	1,5
México	2	1,5
Nicaragua	1	,7
Nueva Zelanda	1	,7
Reino Unido	1	,7
Total	137	100,0

Ilustración 12: País en el extranjero en el cual estudiaría una Maestría en Turismo



De los 31 estudiantes prospecto que señalaron que estudiarían un programa de maestría en turismo en instituciones educativas en el extranjero, el 45.2% eligieron a España como el país en el que cursaría el programa, mientras que el 6.5% eligieron a Canadá, Costa Rica, Estados Unidos, Francia y México como otros destinos para el estudio de este programa. Otros encuestados señalaron otros países como se puede observar en el gráfico anterior.

Tabla 45: Fuentes de información sobre la oferta de programas de maestría

	Frecuencia	Porcentaje válido
Referencias Personales	42	43,8
Sitios Web de Educación	53	55,2
Revistas Especializadas	1	1,0
Total	96	100,0

Fuente: Autor de la investigación

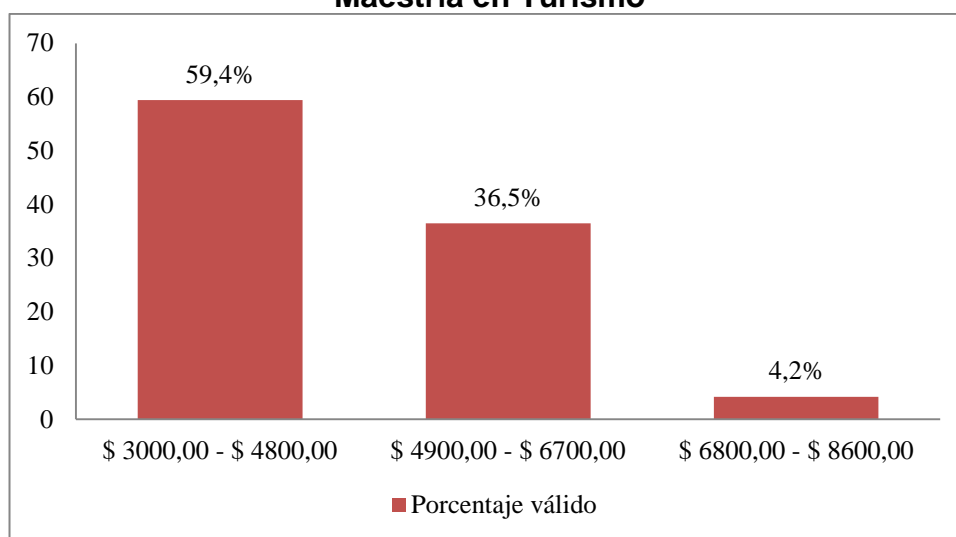
De los 96 estudiantes potenciales prospecto del programa de maestría en turismo, el 55.2% indicó que han obtenido información sobre la oferta de programas de maestría a través de sitios web de educación, mientras que el 43.8% señaló que este tipo de información lo obtuvieron a través de referencias personales.

Tabla 46: Valor que estaría dispuesto a pagar por un Programa de Maestría en Turismo

	Frecuencia	Porcentaje válido
\$ 3000,00 - \$ 4800,00	57	59,4
\$ 4900,00 - \$ 6700,00	35	36,5
\$ 6800,00 - \$ 8600,00	4	4,2
Total	96	100,0

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 13: Valor que estaría dispuesto a pagar por un Programa de Maestría en Turismo



De los 96 estudiantes potenciales prospecto del programa de maestría en turismo, el 59.4% señaló que el valor que estaría dispuesto a pagar por este tipo de programa está entre \$3000.00 - \$4800.00, el 36.5% indicó que está en condiciones de pagar entre \$4900.00 - \$6700.00 por el programa y tan sólo el 4.2% podría pagar entre \$6800.00 - \$8600.00 por el estudio del programa de maestría en turismo.

Tabla 47: Forma de pago

	Frecuencia	Porcentaje válido
Tarjeta de crédito	26	27,1
Crédito educativo	64	66,7
Pago de contado	6	6,3
Total	96	100,0

Fuente: Autor de la investigación

De los 96 estudiantes prospecto, el 66.7% señaló que la forma de pago para un programa de maestría que es más conveniente, sería a través de un crédito educativo, el 27.1% mencionó que utilizaría tarjeta de crédito para cubrir los costos del programa y tan sólo el 6.3% dijo que haría el pago de contado.

Tabla 48: Régimen de estudios

	Frecuencia	Porcentaje válido
Maestría de tiempo completo (lunes a viernes)	9	9,4
Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes)	64	66,7
Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)	23	24,0
Total	96	100,0

Fuente: Autor de la investigación

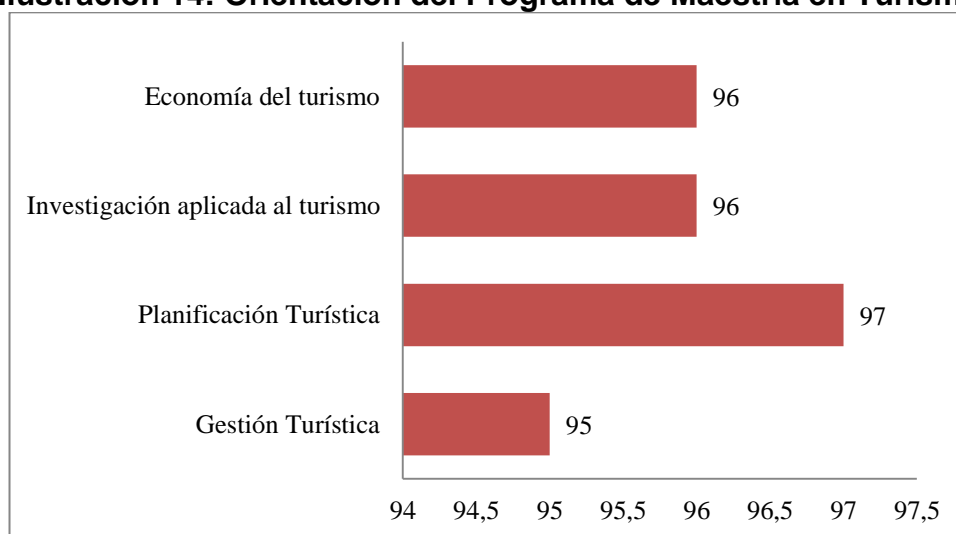
De los 96 estudiantes potenciales prospecto, el 66.7% considera más adecuado un régimen de estudio de una maestría ejecutiva que consiste en recibir clases dos fines de semana por mes, el 24% prefiere recibir las clases cuatro días seguidos al mes, y tan sólo el 9.4% desearía recibir la maestría a tiempo completo, es decir, de lunes a viernes.

6. Atributos relevantes: Dentro de estos datos, se analizó los aspectos que los estudiantes prospecto consideran más importantes dentro de un programa de maestría en turismo, como la orientación que debería tener el programa, el interés por los diferentes tipos de turismo, los factores de decisión para elegir un programa y las temáticas que consideran que debería tener una maestría en turismo.

Tabla 49: Orientación del Programa de Maestría en Turismo

		Respuestas	
		Nº	Porcentaje
Orientación del programa(a)	Gestión Turística	95	24,7%
	Planificación Turística	97	25,3%
	Investigación aplicada al turismo	96	25,0%
	Economía del turismo	96	25,0%
Total		384	100,0%

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 14: Orientación del Programa de Maestría en Turismo

Los estudiantes prospecto que sí consideran complementar su formación profesional con un programa de maestría en turismo, calificaron con 97 puntos a la Planificación Turística como el campo de estudio de mayor importancia al que debería orientarse este programa, sin embargo, los encuestados calificaron a la Investigación aplicada y la Economía del turismo con 96 puntos cada uno, indicando de esta forma que también serían campos de estudio de gran interés. Con menor preferencia pero de igual relevancia, Gestión Turística obtuvo 95 puntos.

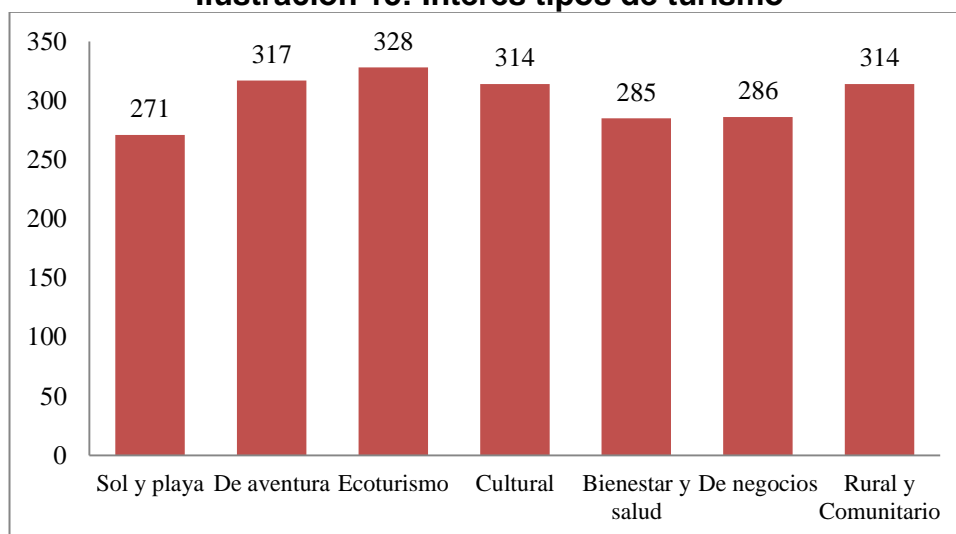
No se puede definir a un solo campo de estudio como el más importante ya que la variación de puntos en cuanto a la preferencia es mínima.

Tabla 50: Interés tipos de turismo

TIPO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE INTERÉS
Sol y playa	271	12,8	Sexto lugar
De aventura	317	15,0	Segundo lugar
Ecoturismo	328	15,5	Primer lugar
Cultural	314	14,8	Tercer lugar
Bienestar y salud	285	13,5	Quinto lugar
De negocios	286	13,5	Cuarto lugar
Rural y Comunitario	314	14,8	Tercer lugar
TOTAL	2115	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 15: Interés tipos de turismo



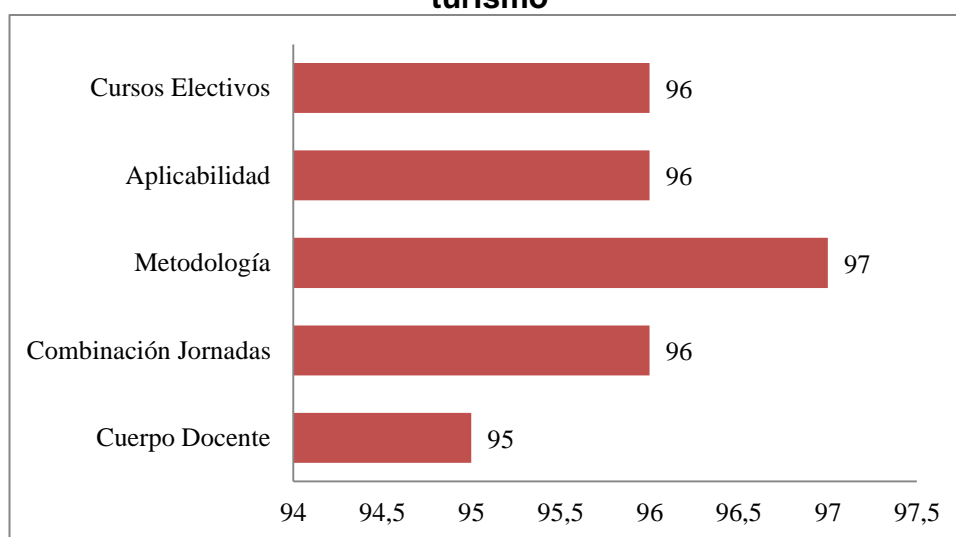
No se puede definir a un solo tipo de turismo como el de mayor interés o a otro como el de menor, sin embargo, el Ecoturismo obtuvo el mayor puntaje con 328 puntos, seguido del Turismo de aventura con 317 puntos, el tercer lugar lo comparten el Turismo Cultural y el Turismo Rural y Comunitario con 314 puntos. Los tipos de turismo con menor interés pero de igual manera significativos son: Turismo de Bienestar y Salud, de Negocios y de Sol y playa.

Tabla 51: Factores para la elección de un programa de maestría en turismo

		Respuestas	
		N°	Porcentaje
Atributos del programa(a)	Cuerpo Docente	95	19,8%
	Combinación Jornadas	96	20,0%
	Metodología	97	20,2%
	Aplicabilidad	96	20,0%
	Cursos Electivos	96	20,0%
Total		480	100,0%

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 16: Factores para la elección de un programa de maestría en turismo

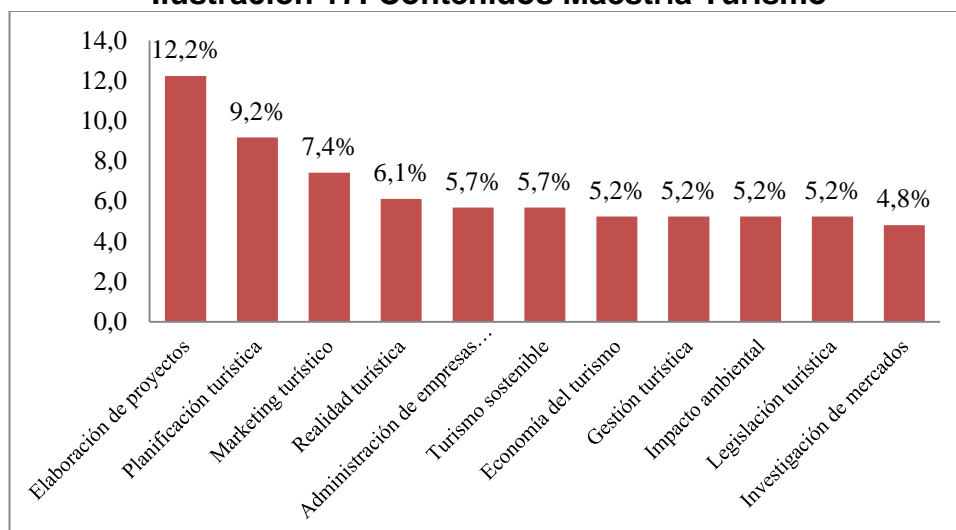


De acuerdo a los estudiantes potenciales, la metodología ocupa el primer lugar en cuanto al nivel de importancia para la elección de un programa de maestría en turismo con 97 puntos, los cursos electivos, la aplicabilidad de la maestría y la combinación de jornadas comparten el segundo lugar en cuanto al nivel de importancia con 96 puntos; no se puede decir que el cuerpo docente es el factor de menos importancia ya que la variación del puntaje entre los factores es mínima, así que también es necesario considerar a este último dentro de los factores de elección para el programa de maestría en turismo.

Tabla 52: Contenidos Maestría Turismo

CONTENIDOS	No. VECES	PORCENTAJE
Elaboración de proyectos	28	12,2
Planificación turística	21	9,2
Marketing turístico	17	7,4
Realidad turística	14	6,1
Administración de empresas turísticas	13	5,7
Turismo sostenible	13	5,7
Economía del turismo	12	5,2
Gestión turística	12	5,2
Impacto ambiental	12	5,2
Legislación turística	12	5,2
Investigación de mercados	11	4,8
Ecoturismo	9	3,9
Estadísticas turísticas	6	2,6
Gestión de calidad	6	2,6
Turismo comunitario	6	2,6
Responsabilidad social	5	2,2
Áreas turísticas protegidas	4	1,7
Comercio electrónico	4	1,7
Negocios internacionales	4	1,7
Visitas de campo	3	1,3
Turismo cultural	2	0,9
Turismo sustentable	2	0,9
Diseño gráfico	1	0,4
Consultoría turística	1	0,4
Ecología	1	0,4
Desarrollo organizacional comunitario	1	0,4
Geopolítica	1	0,4
Gastronomía	1	0,4
Idiomas	1	0,4
Plan de competitividad	1	0,4
Liderazgo	1	0,4
Ordenamiento territorial	1	0,4
Recursos autosustentables	1	0,4
Servicio al cliente	1	0,4
Sociología	1	0,4
TOTAL	229	100%

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 17: Contenidos Maestría Turismo

Los encuestados definieron una serie de contenidos para el programa de maestría en turismo, sin embargo, entre los más requeridos están:

- ✓ Elaboración de proyectos turísticos
- ✓ Planificación turística
- ✓ Marketing turístico
- ✓ Realidad nacional e internacional turística
- ✓ Administración de empresas turísticas
- ✓ Turismo sostenible
- ✓ Economía del turismo
- ✓ Legislación turística
- ✓ Impacto ambiental
- ✓ Investigación de mercados.

Además, como se observa en la tabla, existen otros contenidos que también pueden ser considerados dentro del programa que se desea implementar.

Análisis Bivariado para la definición de segmentos

Una vez que se han obtenidos los resultados de la investigación, se procede a definir los segmentos a los cuáles se enfocará el programa de maestría en turismo. Un segmento es un grupo de personas que tienen características y/o comportamientos similares entre ellas. En este caso, para poder identificar a estos grupos, se utilizó una *segmentación geográfica*, que consiste en dividir al mercado en segmentos de acuerdo a su localización.

La variable base que se utilizó para la aplicación de este tipo de segmentación es el *lugar de residencia*, ya que ésta nos proporciona información referente a la ubicación de los estudiantes prospecto que consideran cursar un programa de maestría en turismo. De acuerdo a la información obtenida en la investigación, existen dos grupos significativos dentro del análisis de esta variable, que muestran interés por el programa de maestría que se desea implementar, y se los clasificó de la siguiente manera:

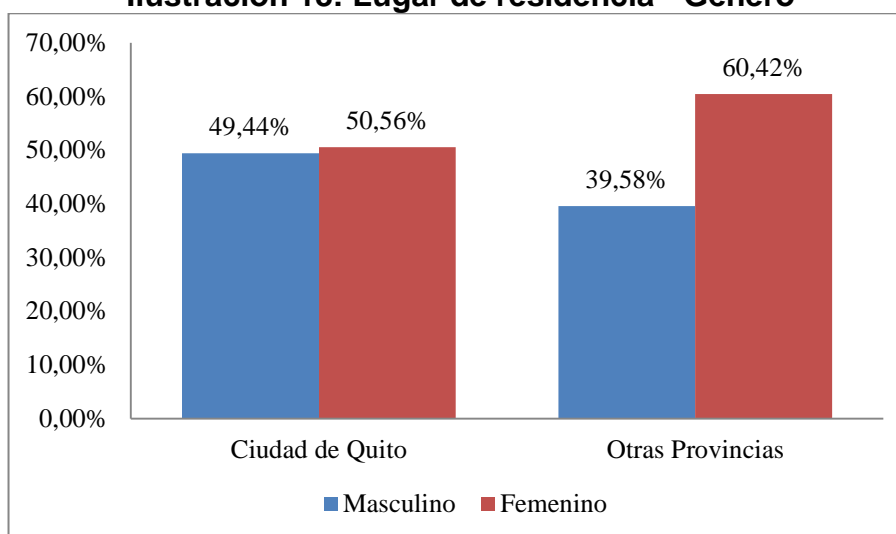
1. *Ciudad de Quito*: Corresponde a los profesionales que indicaron en la encuesta, que residen en el Norte de la ciudad, Sur de la ciudad, Valle de los chillos o Valle de Cumbayá.
2. *Otras provincias*: Corresponde a los profesionales que indicaron en la encuesta, que residen en otras ciudades, entre las cuáles las más mencionadas fueron: Cuenca, Guayaquil, Riobamba y Portoviejo.

Para poder identificar de mejor manera el perfil de cada segmento, se procede a realizar un análisis bivariado entre la variable base (*lugar de residencia*) con el resto de variables, lo que permitirá generar información relevante a las características específicas de cada segmento.

Tabla 53: Lugar de residencia - Género

	Género:		Total
	Masculino	Femenino	
Ciudad de Quito	44	45	89
	49,44%	50,56%	100,00%
Otras Provincias	19	29	48
	39,58%	60,42%	100,00%
Total	63	74	137

Fuente: Autor de la investigación

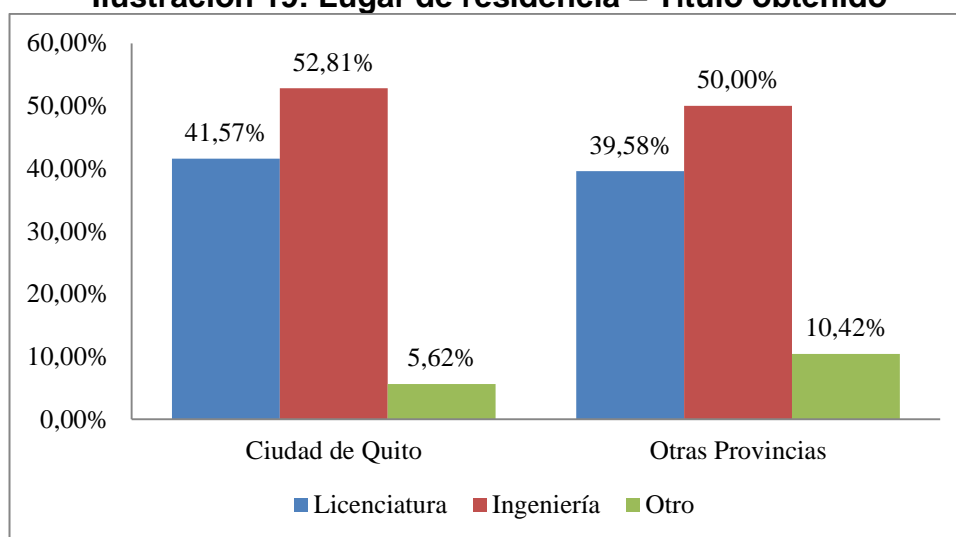
Ilustración 18: Lugar de residencia - Género

El 49.44% de los estudiantes prospecto que residen en la ciudad de Quito, pertenecen al género masculino, mientras que el 50.56% corresponden al género femenino. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, en su mayoría pertenecen al género femenino con el 60.42%, mientras que el 39.58% pertenecen al género femenino.

Tabla 54: Lugar de residencia – Título obtenido

	Título de tercer nivel obtenido			Total
	Licenciatura	Ingeniería	Otro	
Ciudad de Quito	37 41,57%	47 52,81%	5 5,62%	89 100,00%
Otras Provincias	19 39,58%	24 50,00%	5 10,42%	48 100,00%
Total	56	71	10	137

Fuente: Autor de la investigación

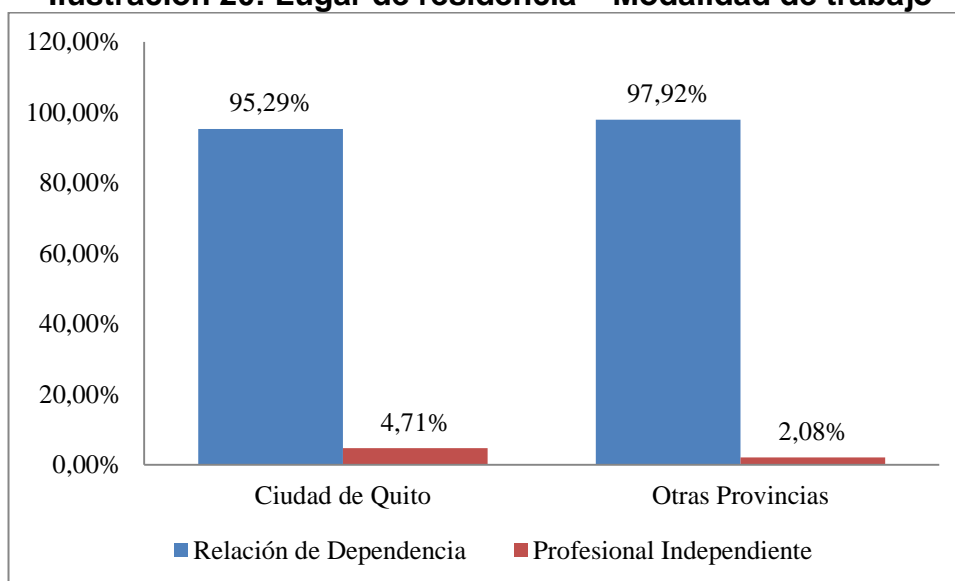
Ilustración 19: Lugar de residencia – Título obtenido

Como se observa en el gráfico, tanto los profesionales que residen en la ciudad de Quito, como los que residen en otras provincias, cuentan en su mayoría con una Ingeniería como título de tercer nivel con un 52.81% y 50% respectivamente. El 41.57% y el 39.58% cuentan con una Licenciatura. Tan sólo el 5.62% y el 10.42% de los estudiantes prospecto, indicaron que poseen otra clase de título.

Tabla 55: Lugar de residencia – Modalidad de trabajo

	Modalidad de Trabajo:		Total
	Relación de Dependencia	Profesional Independiente	
Ciudad de Quito	81 95,29%	4 4,71%	85 100,00%
Otras Provincias	47 97,92%	1 2,08%	48 100,00%
Total	128	5	133

Fuente: Autor de la investigación

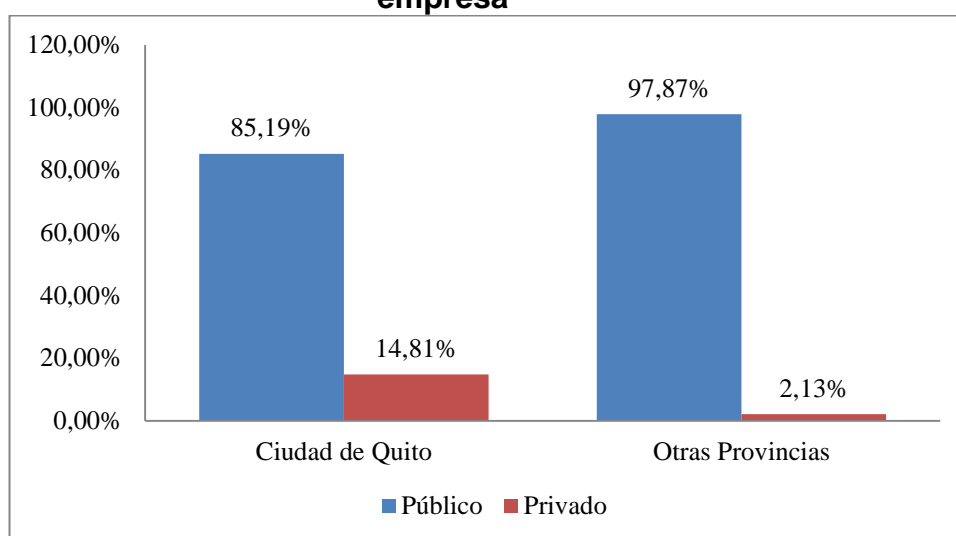
Ilustración 20: Lugar de residencia – Modalidad de trabajo

Como muestra el gráfico, casi en su totalidad, tanto los profesionales que residen en la ciudad de Quito, como los que habitan en otras provincias, trabajan en relación de dependencia. Muy pocos estudiantes prospecto, indicaron que son profesionales independientes.

Tabla 56: Lugar de residencia – Sector al que pertenece la empresa

	La empresa en la que trabaja pertenece al sector:		Total
	Público	Privado	
Ciudad de Quito	69	12	81
	85,19%	14,81%	100,00%
Otras Provincias	46	1	47
	97,87%	2,13%	100,00%
Total	115	13	128

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 21: Lugar de residencia – Sector al que pertenece la empresa

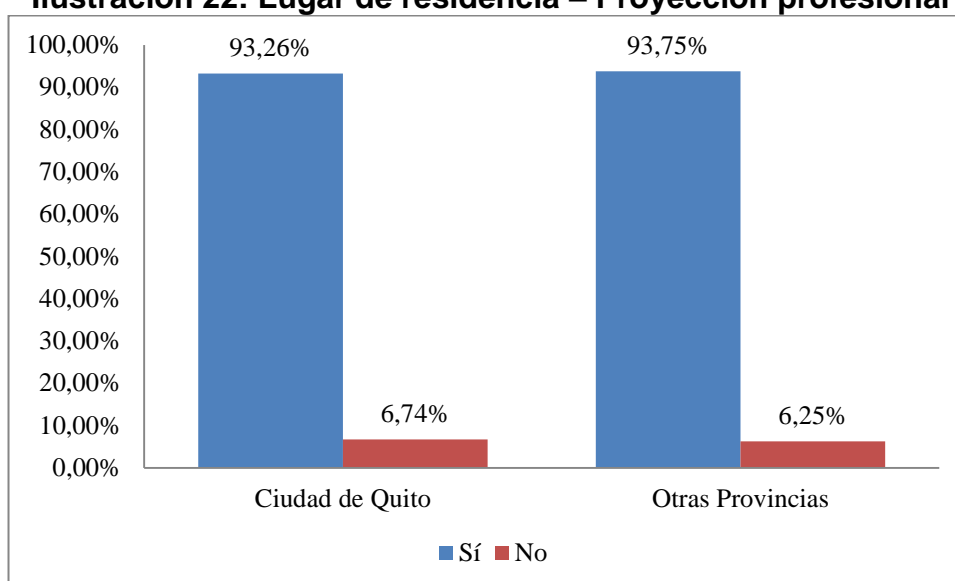
El 85.19% de los profesionales que residen en la ciudad de Quito, trabajan en el sector público, mientras que el 14.81% trabajan en el sector privado. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, casi en su totalidad, trabajan dentro del sector público.

Tabla 57: Lugar de residencia – Proyección profesional
¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría?

	Sí	No	Total
Ciudad de Quito	83	6	89
	93,26%	6,74%	100,00%
Otras Provincias	45	3	48
	93,75%	6,25%	100,00%
Total	128	9	137

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 22: Lugar de residencia – Proyección profesional



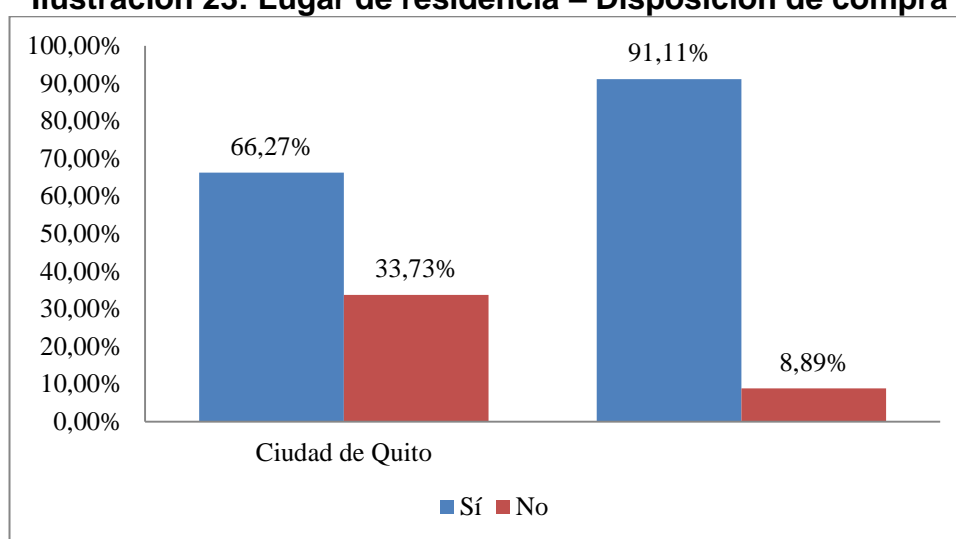
Como se aprecia en el gráfico, tanto los profesionales que habitan en la ciudad de Quito, como los que residen en otras provincias, sí consideran el complementar su formación profesional con una maestría con 93% de aceptación para los dos casos, tan sólo un 7% indicó que no.

**Tabla 58: Lugar de residencia – Disposición de compra
¿Consideraría complementar
su formación profesional con
una Maestría en Turismo?**

	Sí	No	Total
Ciudad de Quito	55	28	83
	66,27%	33,73%	100,00%
Otras Provincias	41	4	45
	91,11%	8,89%	100,00%
Total	96	32	128

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 23: Lugar de residencia – Disposición de compra



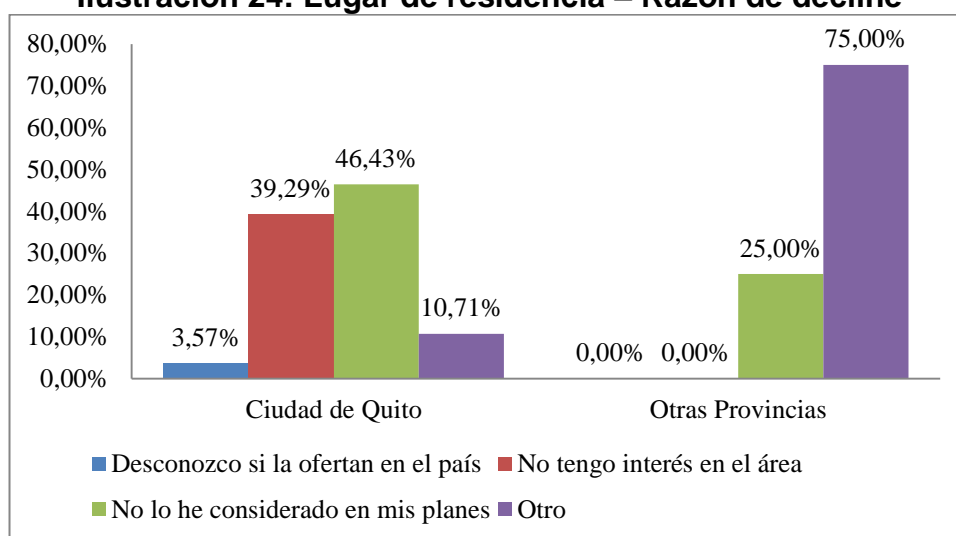
Los profesionales que residen en la ciudad de Quito y que indicaron que sí consideran complementar su formación profesional con un programa de maestría el 66.27% mencionó que lo haría en el campo turística, mientras que el 33.73% indicó que no le interesa este campo. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 91.11% señaló que sí considera complementar su formación profesional con un programa de maestría en turismo, tan sólo el 8.89% dijo que no le interesa esta área.

Tabla 59: Lugar de residencia – Razón de decline
¿Por qué razón no complementarías su formación con una
Maestría en Turismo?

	Desconozco si la ofertan en el país	No tengo interés en el área	No lo he considerado en mis planes	Otro	Total
Ciudad de Quito	1 3,57%	11 39,29%	13 46,43%	3 10,71%	28 100,00%
Otras Provincias	0 0,00%	0 0,00%	1 25,00%	3 75,00%	4 100,00%
Total	1	11	14	6	32

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 24: Lugar de residencia – Razón de decline



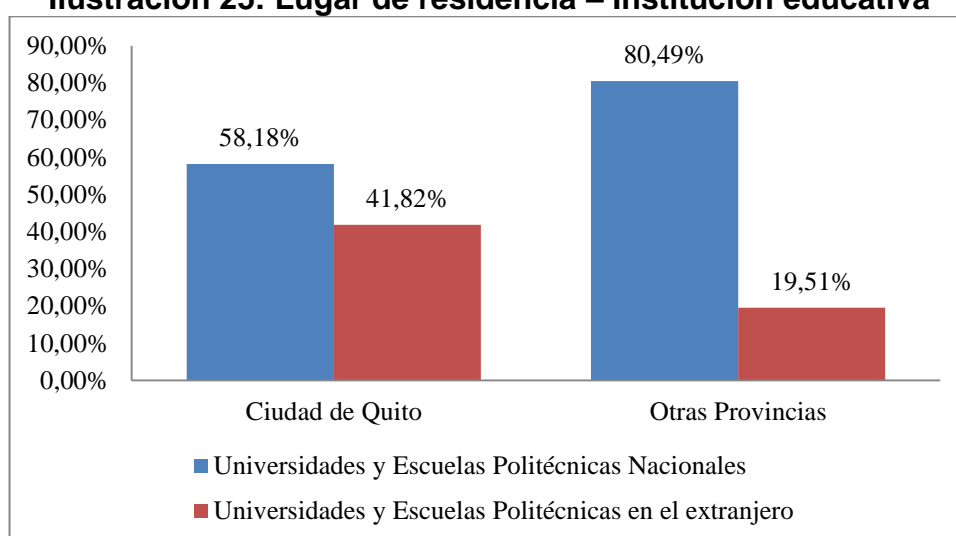
De los profesionales que residen en la ciudad de Quito y que no consideran tomar un programa de maestría en turismo, el 46.43% indicó que la razón de decline es porque no lo ha considerado dentro de sus planes, el 39.29% dijo que no tiene interés en el área, el 10.71% dijo que tiene otros motivos personales y tan sólo el 3.57% mencionó que desconoce si ofertan este tipo de programas en el país. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 75% tienen otros motivos personales por los cuales no desea el programa, y el 25% señaló que el estudio de este posgrado no está dentro de sus planes.

**Tabla 60: Lugar de residencia – Institución educativa
¿En qué clase de institución optaría por estudiar
una Maestría en Turismo?**

	Universidades y Escuelas Politécnicas Nacionales	Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero	Total
Ciudad de Quito	32	23	55
	58,18%	41,82%	100,00%
Otras Provincias	33	8	41
	80,49%	19,51%	100,00%
Total	65	31	96

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 25: Lugar de residencia – Institución educativa



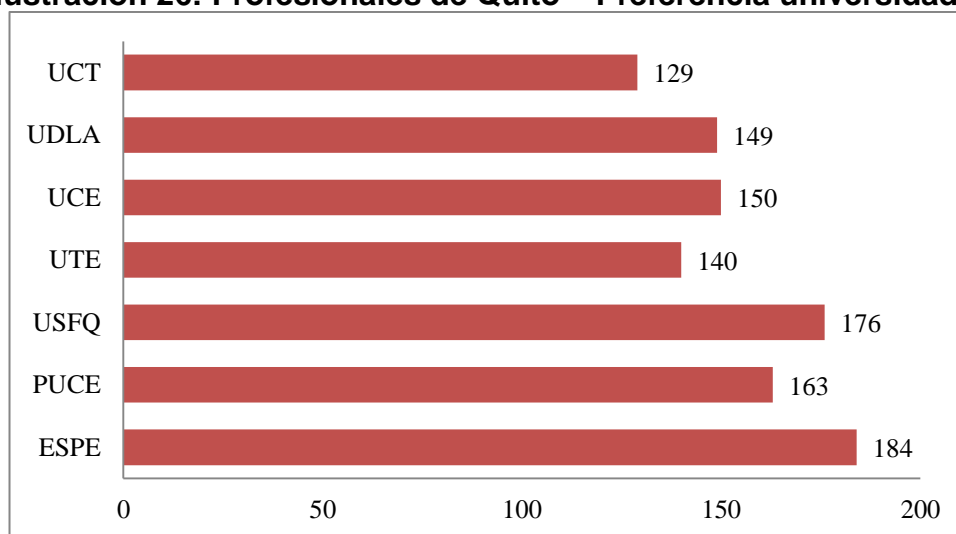
Ahora bien, el 58.18% de los profesionales que residen en la ciudad de Quito mencionó que estudiaría un programa de maestría en turismo en instituciones educativas nacionales, mientras que el 41.82% dijo que lo haría en el extranjero. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 80.49% señaló que estudiaría este programa en universidades nacionales, tan sólo el 19.51% indicó que lo haría fuera del país.

Tabla 61: Profesionales de Quito – Preferencia universidades

INSTITUCIÓN	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE PREFERENCIA
ESPE	184	16,87%	1er. Lugar
PUCE	163	14,94%	3er. Lugar
USFQ	176	16,13%	2do. Lugar
UTE	140	12,83%	6to. Lugar
UCE	150	13,75%	4to. Lugar
UDLA	149	13,66%	5to. Lugar
UCT	129	11,82%	7mo. Lugar
TOTAL	1091	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 26: Profesionales de Quito – Preferencia universidades

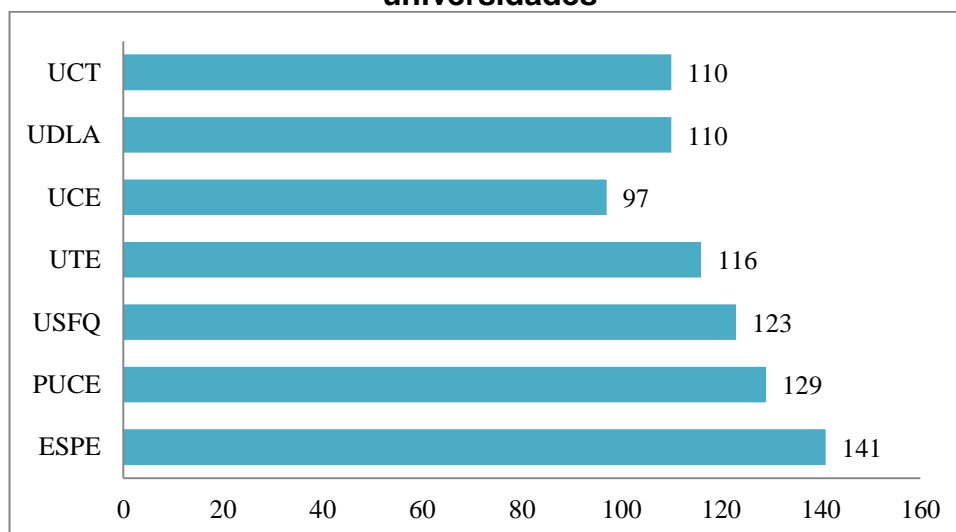


Los profesionales que residen en la ciudad de Quito, indicaron que la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y la Universidad San Francisco de Quito, son las universidades de mayor preferencia al momento de cursar un programa de maestría en turismo, otras universidades de preferencia son la Universidad Católica del Ecuador, la Universidad Central y la Universidad de las Américas, por último, las instituciones de menor preferencia para cursar este tipo de programas son la Universidad Tecnológica Equinoccial y la Universidad de Especialidades Turísticas.

Tabla 62: Profesionales de otras provincias – Preferencia universidades

INSTITUCIÓN	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE PREFERENCIA
ESPE	141	17,07%	1er. Lugar
PUCE	129	15,62%	2do. Lugar
USFQ	123	14,89%	3er. Lugar
UTE	116	14,04%	4to. Lugar
UCE	97	11,74%	6to. Lugar
UDLA	110	13,32%	5to. Lugar
UCT	110	13,32%	5to. Lugar
TOTAL	826	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 27: Profesionales de otras provincias – Preferencia universidades

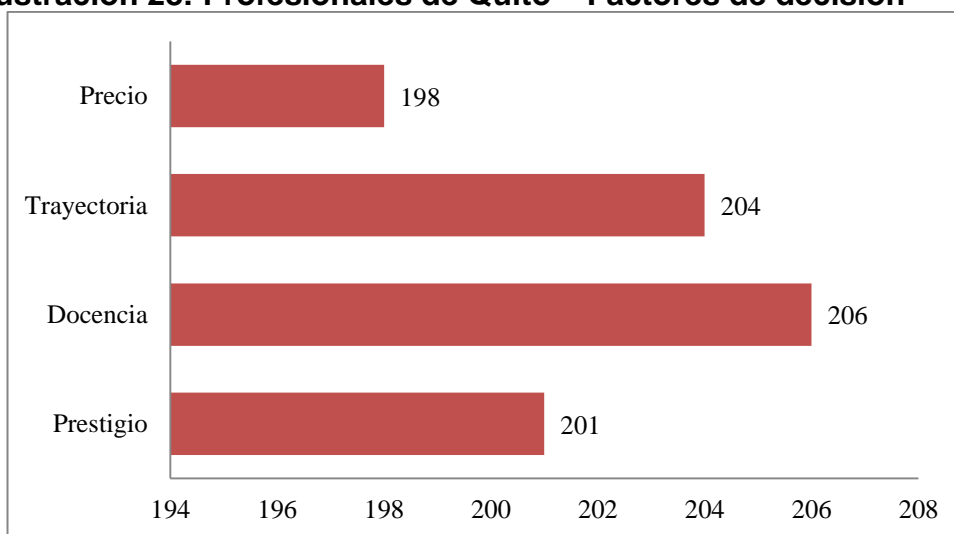
En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, las instituciones educativas de mayor preferencia para ellos son: la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y la Universidad Católica del Ecuador, otras instituciones de su preferencia son: la Universidad San Francisco de Quito y la Universidad Tecnológica Equinoccial; mientras que las de menor preferencia son: la Universidad de las Américas, la Universidad de Especialidades Turísticas y la Universidad Central del Ecuador.

Tabla 63: Profesionales de Quito – Factores de decisión
ATRIBUTOS PUNTUACIÓN PORCENTAJE ORDEN DE IMPORTANCIA

ATRIBUTOS	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE IMPORTANCIA
Prestigio	201	24,85%	Tercer Lugar
Docencia	206	25,46%	Primer Lugar
Trayectoria	204	25,22%	Segundo Lugar
Precio	198	24,47%	Cuarto Lugar
TOTAL	809	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 28: Profesionales de Quito – Factores de decisión



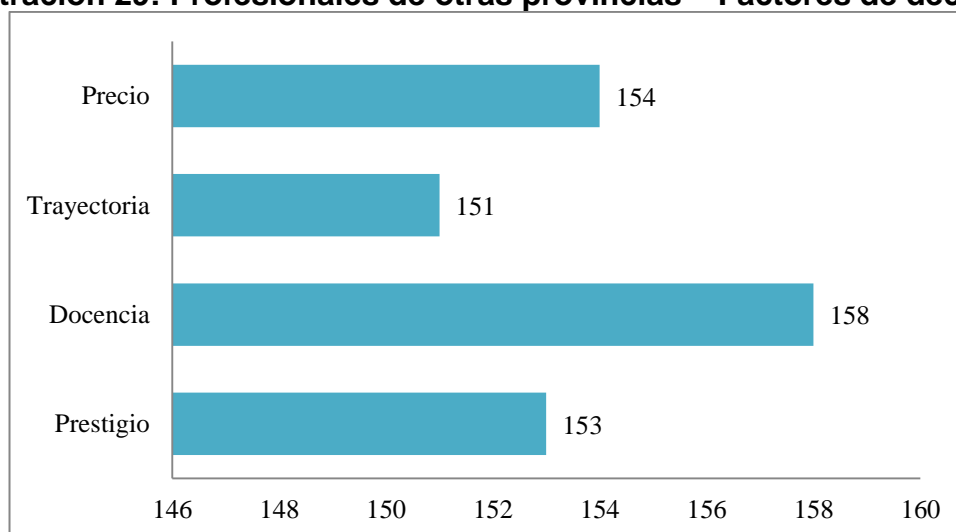
Los estudiantes prospecto que residen en la ciudad de Quito indicaron que la docencia, es el factor de mayor importancia al momento de decidirse por una institución en la cual cursarían un programa de maestría en turismo, otro factor que consideran importante es la trayectoria que tiene la universidad. El prestigio y el precio son los factores que no tienen mucha importancia de acuerdo a lo señalado por estos profesionales.

Tabla 64: Profesionales de otras provincias – Factores de decisión
ATRIBUTOS PUNTUACIÓN PORCENTAJE ORDEN DE IMPORTANCIA

ATRIBUTOS	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE IMPORTANCIA
Prestigio	153	24,84%	Tercer Lugar
Docencia	158	25,65%	Primer Lugar
Trayectoria	151	24,51%	Cuarto Lugar
Precio	154	25,00%	Segundo Lugar
TOTAL	616	100%	

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 29: Profesionales de otras provincias – Factores de decisión



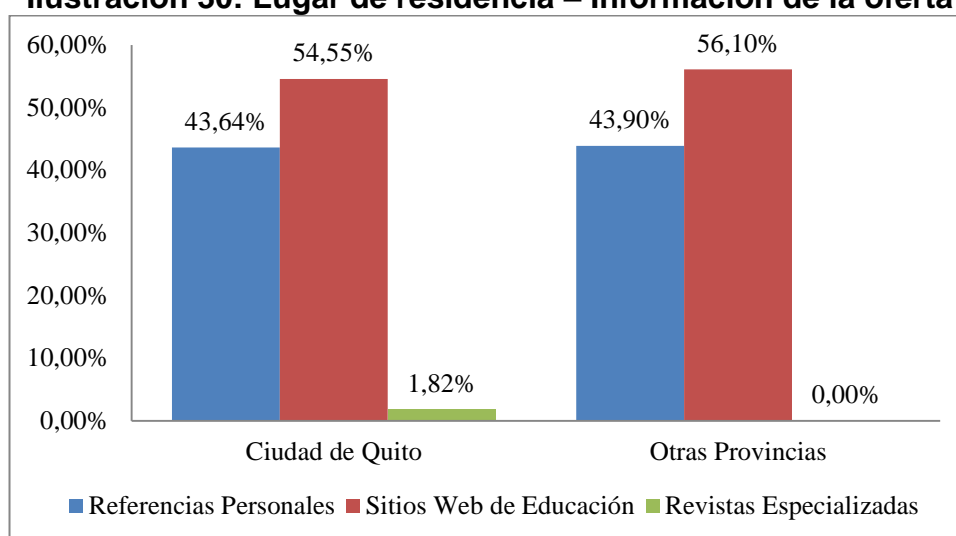
Para los profesionales que residen en otras provincias, el factor más importante al momento de decidirse por la institución en la que cursarían el programa de maestría en turismo es el cuerpo docente, otro factor que también consideran importante es el precio. Tanto el prestigio como la trayectoria son los factores de menor importancia al momento de decidirse por una institución educativa en la que cursarían este programa de maestría.

**Tabla 65: Lugar de residencia – Información de la oferta
¿De qué manera ha obtenido información de la
oferta de programas de maestría?**

	Referencias Personales	Sitios Web de Educación	Revistas Especializadas	Total
Ciudad de Quito	24 43,64%	30 54,55%	1 1,82%	55 100,00%
Otras Provincias	18 43,90%	23 56,10%	0 0,00%	41 100,00%
Total	42	53	1	96

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 30: Lugar de residencia – Información de la oferta



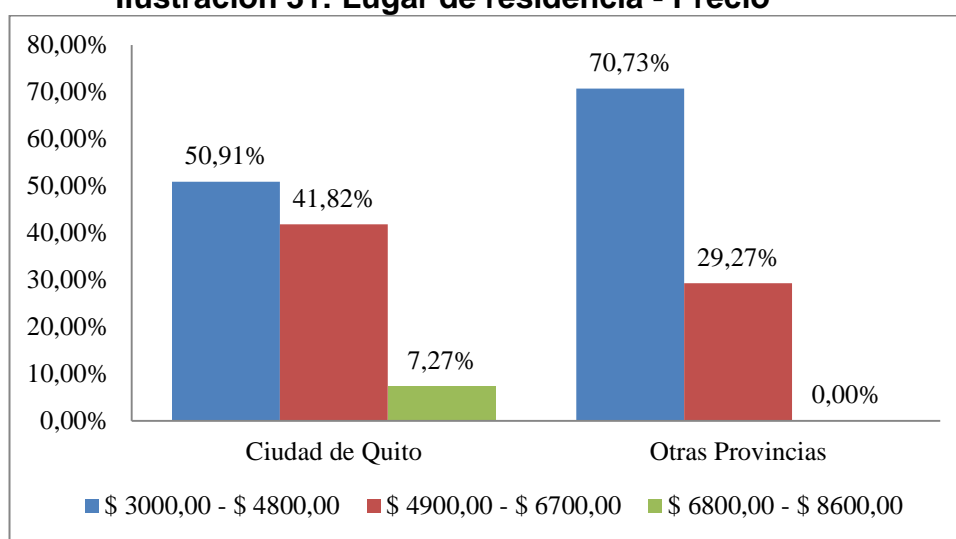
El 54.55% de los profesionales que residen en la ciudad de Quito indicó que la forma en la que han recibido información sobre la oferta de programas de maestría, es a través de sitios web de educación, el 43.64% recibe esta información a través de referencias personales, y tan sólo el 1.82% a través de revistas especializadas. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 56.10% recibe esta información a través de sitios web de educación, y el 43.90% restante a través de referencias personales.

Tabla 66: Lugar de residencia - Precio
¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por un programa de Maestría en Turismo?

	\$ 3000,00 - \$ 4800,00	\$ 4900,00 - \$ 6700,00	\$ 6800,00 - \$ 8600,00	Total
Ciudad de Quito	28 50,91%	23 41,82%	4 7,27%	55 100,00%
Otras Provincias	29 70,73%	12 29,27%	0 0,00%	41 100,00%
Total	57	35	4	96

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 31: Lugar de residencia - Precio



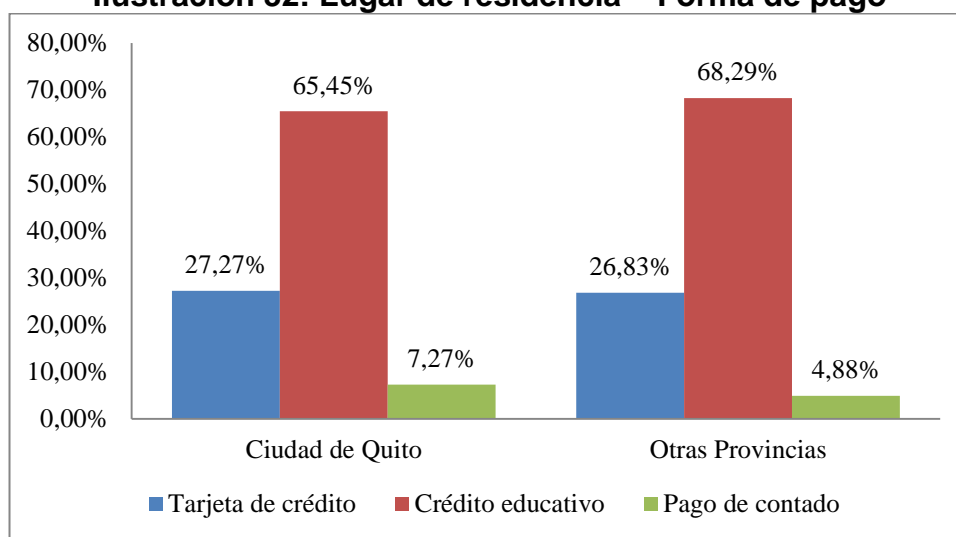
Los profesionales que residen en la ciudad de Quito indicaron en su mayoría, que el valor que estarían dispuestos a pagar por un programa de maestría en turismo está entre \$ 3000.00 - \$ 4800.00 con un 50.91%, el 41.82% señaló que pagaría entre \$ 4900.00 - \$ 6700.00, y tan sólo el 7.27% indicó que estaría en condiciones de pagar entre \$ 6800.00 - \$ 8600.00 por este tipo de programa. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 70.73% están dispuestos a pagar entre \$ 3000.00 - \$ 4800.00 por el posgrado en turismo, mientras que el 29.27% pagaría entre \$ 4900.00 - \$ 6700.00.

Tabla 67: Lugar de residencia – Forma de pago
¿Qué forma de pago consideraría usted, una vez que ha optado por un Programa de Maestría?

	Tarjeta de crédito	Crédito educativo	Pago de contado	Total
Ciudad de Quito	15 27,27%	36 65,45%	4 7,27%	55 100,00%
Otras Provincias	11 26,83%	28 68,29%	2 4,88%	41 100,00%
Total	26	64	6	96

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 32: Lugar de residencia – Forma de pago

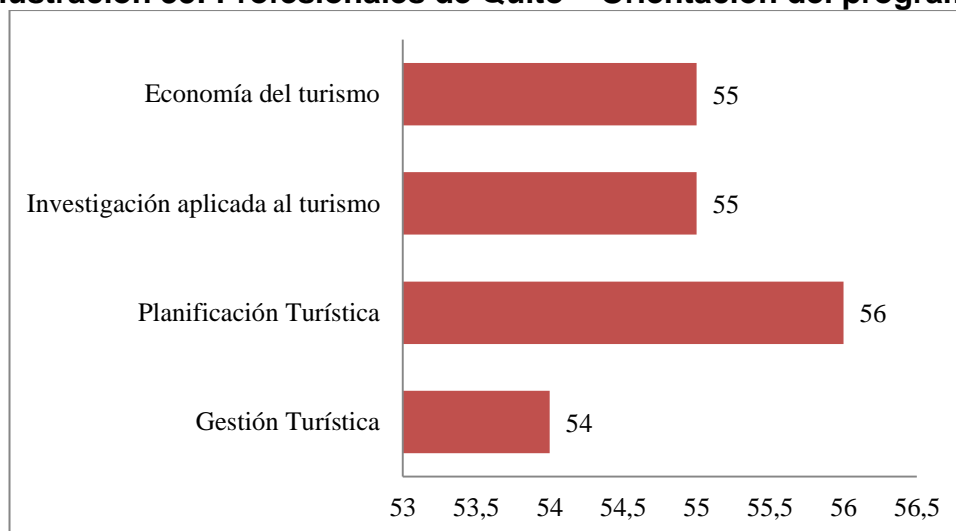


El 65.45% de los estudiantes prospecto que residen en la ciudad de Quito mencionó al crédito educativo como la forma de pago de mayor preferencia, el 27.27% indicó que prefiere hacerlo a través de tarjeta de crédito y sólo el 7.27% dijo que el pago de contado es la forma más conveniente para ellos. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 68.29% dijo que prefiere pagar el programa de maestría a través de un crédito educativo, el 26.83% a través de tarjeta de crédito y el 4.88% lo haría de contado.

Tabla 68: Profesionales de Quito – Orientación del programa

Orientación	No. Casos	Porcentaje
Gestión Turística	54	24,55%
Planificación Turística	56	25,45%
Investigación aplicada al turismo	55	25,00%
Economía del turismo	55	25,00%
Total	220	100,00%

Fuente: Autor de la investigación

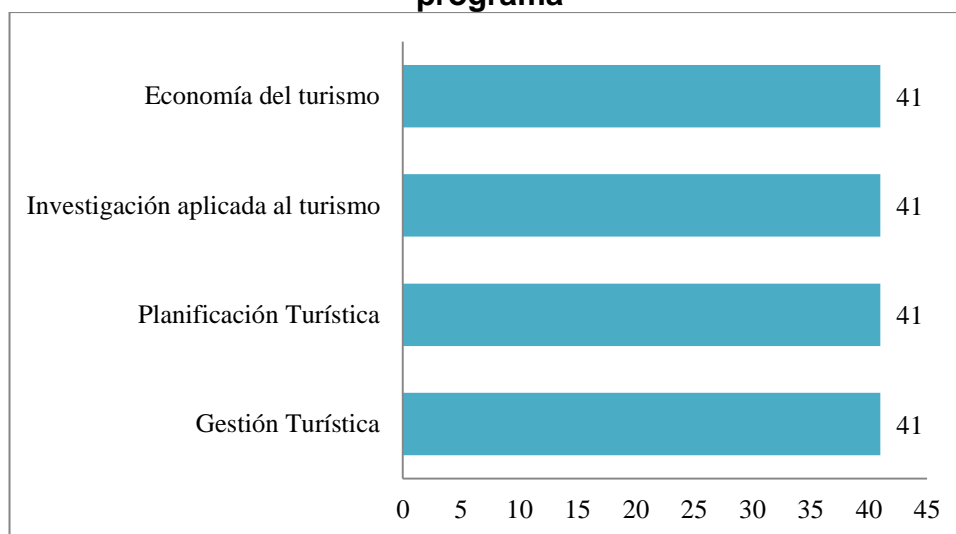
Ilustración 33: Profesionales de Quito – Orientación del programa

Los profesionales que residen en la ciudad de Quito, indicaron que el campo de estudio al que prefieren que el programa de maestría en turismo se oriente, es la planificación turística. También mencionaron que otros campos de estudio a los cuales se podría orientar son: economía del turismo e investigación aplicada al turismo. La gestión turística es el campo al que menos desean que se oriente el posgrado.

Tabla 69: Profesionales de otras provincias – Orientación del programa

Orientación	No. Casos	Porcentaje
Gestión Turística	41	25,00%
Planificación Turística	41	25,00%
Investigación aplicada al turismo	41	25,00%
Economía del turismo	41	25,00%
Total	164	100,00%

Fuente: Autor de la investigación

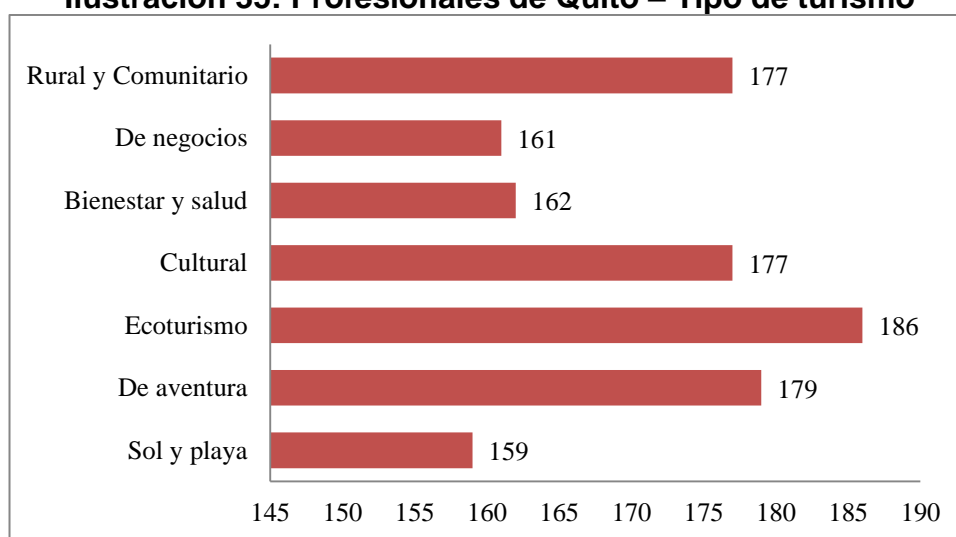
Ilustración 34: Profesionales de otras provincias – Orientación del programa

Los profesionales que residen en otras provincias son indiferentes al campo de estudio al cual se puede orientar el programa de maestría en turismo. No existe una preferencia en especial por los campos de estudio señalados.

Tabla 70: Profesionales de Quito – Tipo de turismo

TIPO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE INTERÉS
Sol y playa	159	13,24%	Sexto lugar
De aventura	179	14,90%	Segundo lugar
Ecoturismo	186	15,49%	Primer lugar
Cultural	177	14,74%	Tercer lugar
Bienestar y salud	162	13,49%	Cuarto lugar
De negocios	161	13,41%	Quinto lugar
Rural y Comunitario	177	14,74%	Tercer lugar
TOTAL	1201	100%	

Fuente: Autor de la investigación

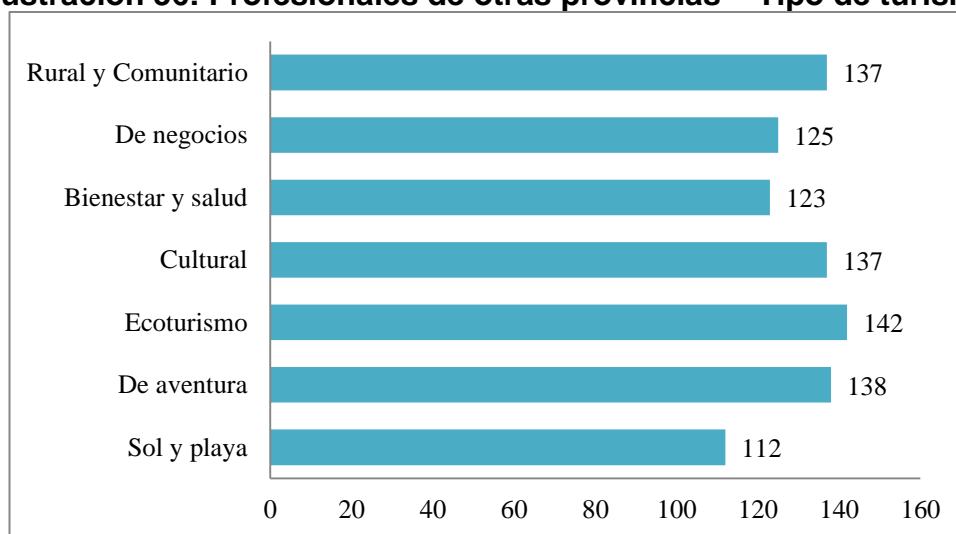
Ilustración 35: Profesionales de Quito – Tipo de turismo

Los profesionales que residen en la ciudad de Quito mencionaron que el Ecoturismo, es el tipo de turismo de mayor interés dentro de un programa de maestría; el turismo de aventura, el turismo cultural y el turismo rural y comunitario también son de gran interés dentro de este programa. De poco interés para estos estudiantes prospecto, son el turismo de bienestar y salud y el de negocios. El turismo de sol y playa es el tipo de menos interés.

Tabla 71: Profesionales de otras provincias – Tipo de turismo

TIPO	PUNTUACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN DE INTERÉS
Sol y playa	112	12,25%	Sexto lugar
De aventura	138	15,10%	Segundo lugar
Ecoturismo	142	15,54%	Primer lugar
Cultural	137	14,99%	Tercer lugar
Bienestar y salud	123	13,46%	Quinto Lugar
De negocios	125	13,68%	Cuarto lugar
Rural y Comunitario	137	14,99%	Tercer lugar
TOTAL	914	100%	

Fuente: Autor de la investigación

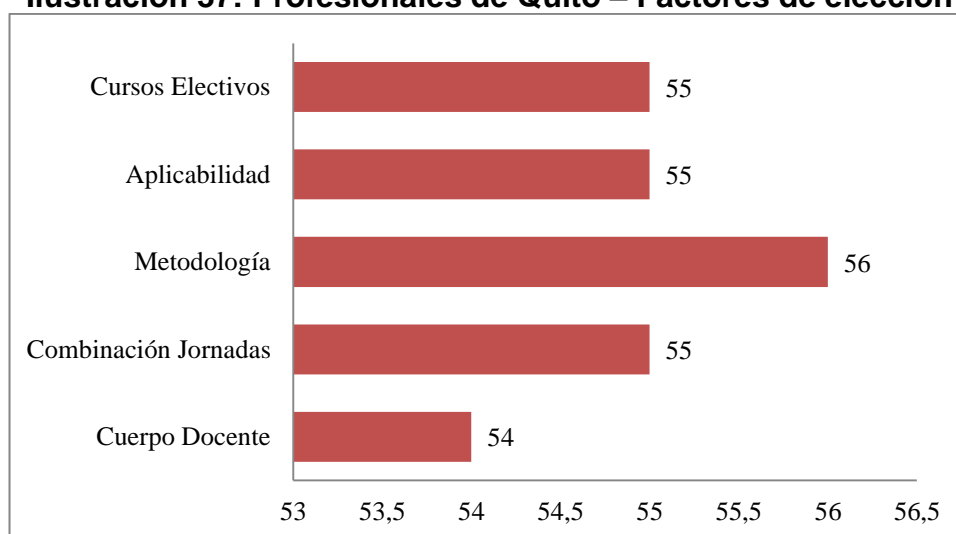
Ilustración 36: Profesionales de otras provincias – Tipo de turismo

Un comportamiento similar al de los profesionales de Quito, existe en los profesionales de otras provincias, ya que el Ecoturismo es el tipo turismo de mayor interés, el turismo de aventura, el cultural y el rural y comunitario, también son de gran interés. De poco interés son el turismo de negocios y el de bienestar y salud. El turismo de sol y playa es el de menor interés por parte de los profesionales de otras provincias.

Tabla 72: Profesionales de Quito – Factores de elección

Factores de elección	No. Casos	Porcentaje
Cuerpo Docente	54	19,64%
Combinación Jornadas	55	20,00%
Metodología	56	20,36%
Aplicabilidad	55	20,00%
Cursos Electivos	55	20,00%
Total	275	100,00%

Fuente: Autor de la investigación

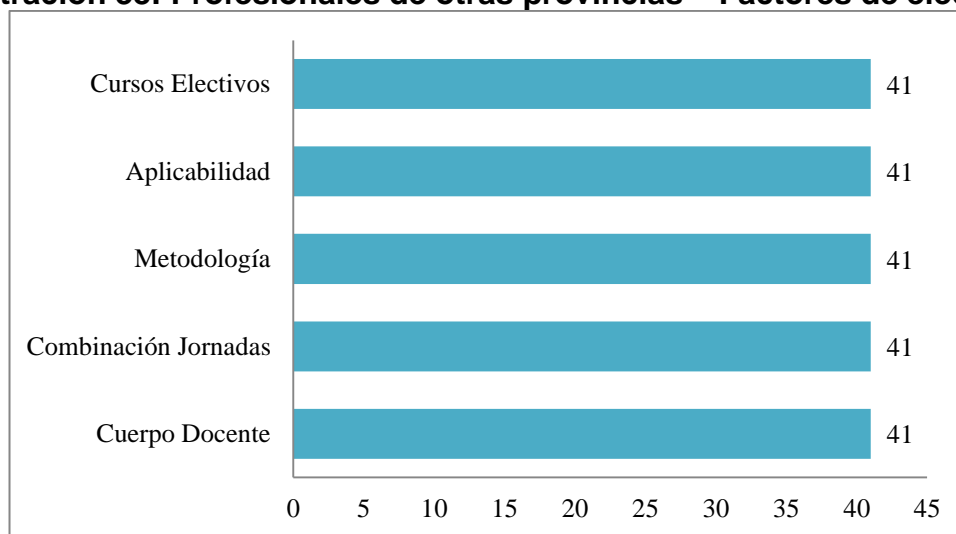
Ilustración 37: Profesionales de Quito – Factores de elección

Los profesionales que residen en la ciudad de Quito señalan que conocer la metodología que se aplicará en el programa de maestría, es el factor más importante antes de decidirse por cursarlo. La aplicabilidad, la combinación de jornadas y los cursos electivos, son otros factores para considerar, antes de decidirse por tomar un programa.

Tabla 73: Profesionales de otras provincias – Factores de elección

Factores de elección	No. Casos	Porcentaje
Cuerpo Docente	41	20,00%
Combinación Jornadas	41	20,00%
Metodología	41	20,00%
Aplicabilidad	41	20,00%
Cursos Electivos	41	20,00%
Total	205	100,00%

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 38: Profesionales de otras provincias – Factores de elección

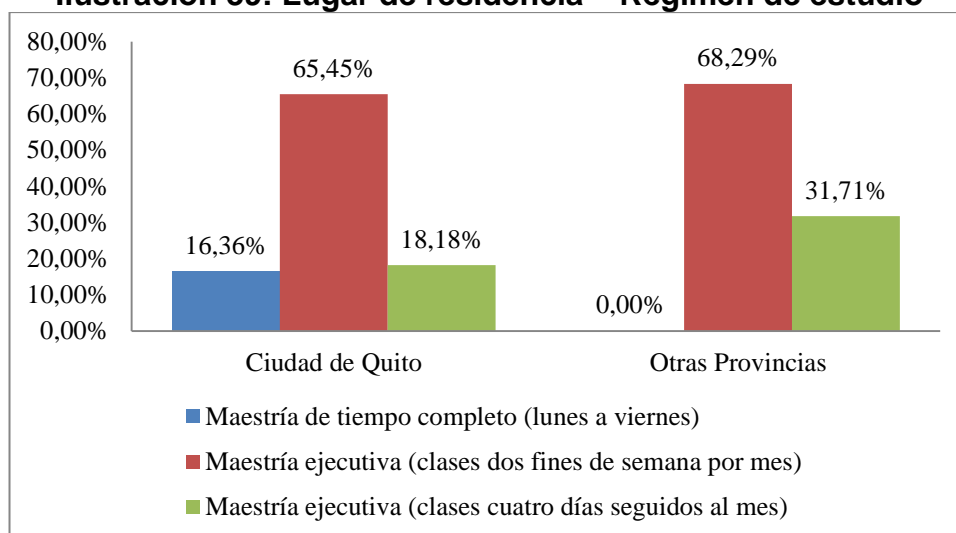
Los profesionales que residen en otras provincias son indiferentes a los factores propuestos para la elección de un programa de maestría en turismo. El cuerpo docente, la combinación de jornadas, la metodología, la aplicabilidad y los cursos electivos, son factores que no son tomados muy en cuenta para la elección de este tipo de programa de maestría.

Tabla 74: Lugar de residencia – Régimen de estudio
¿Qué régimen de estudios considera más adecuado para
un programa de maestría en turismo?

	Maestría de tiempo completo (lunes a viernes)	Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes)	Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)	Total
Ciudad de Quito	9 16,36%	36 65,45%	10 18,18%	55 100,00%
Otras Provincias	0 0,00%	28 68,29%	13 31,71%	41 100,00%
Total	9	64	23	96

Fuente: Autor de la investigación

Ilustración 39: Lugar de residencia – Régimen de estudio



La mayoría de los profesionales que residen en la ciudad de Quito, indicaron que el régimen de estudio que consideran más adecuado en un programa de maestría en turismo es una maestría ejecutiva que consiste en recibir clases dos fines de semana por mes, en menor preferencia está una maestría ejecutiva en la que se reciba clases cuatro días seguidos al mes. Por último, una maestría de tiempo completo, es la menos adecuada para estos profesionales. En el caso de los profesionales que residen en otras provincias, el 68.29% considera más adecuado, un programa de maestría en la que las clases se reciban dos fines de semana por mes, el 31.71% de estos profesionales dijo que prefieren recibir clases cuatro días seguidos al mes.

Análisis de resultados de la investigación a empresas

Tabla 75: Entrevista empresa Hotel Casino Plaza
EMPRESA: BEST WESTERN PLUS HOTEL CASINO PLAZA

Variables	Preguntas	Respuestas
Datos Informativos	Tipo de empresa	Privada
	Sector económico al que pertenece	Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Grande: 350 empleados
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Interno Externo
	Medios de reclutamiento externo	Intercambio bases de datos entre hoteles del país. Anuncios en prensa Internet
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	No
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Si
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Alta dirección
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Planificación de proyectos Dirección Evaluación y Control de proyectos
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	No existe un área exclusiva de turismo, sin embargo, las características más importantes en un profesional son la experiencia y el dominio de conocimientos técnicos y específicos
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Profesionales: experiencia, nivel de formación, conocimientos técnicos y específicos
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	No, es decisión personal del trabajador. Empresa realiza capacitaciones internas y externas de acuerdo a las necesidades de la misma.
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	Empresa no cuenta con un área exclusiva para actividades turísticas.
	Sugerencias o recomendaciones	Prácticas laborales. Dominio de varios idiomas. Experiencia.

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 76: Entrevista Ministerio de Turismo
EMPRESA: MINISTERIO DE TURISMO

VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTAS
Datos Informativos	Tipo de empresa	Pública
	Sector económico al que pertenece	Productividad: Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Grande - 540 empleados
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Externo
	Medios de reclutamiento externo	Bases de datos de candidatos espontáneos. Internet - Multitabajos
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	Si
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Si
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Gerencia Media Alta dirección
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Planificación de proyectos Coordinación Evaluación y control de actividades turísticas Gestión turística
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Para ocupar un cargo dentro del área turística, el profesional debe cumplir los requerimientos establecidos en el Manual de Clasificación de Puestos.
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Personales: habilidades y destrezas - Perfil blando Profesionales: experiencia y conocimientos - Perfil duro
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	Apoyo recibido por la Ley Orgánica de Servicio Público - LOSEP Convenios con universidades nacionales para prácticas laborales.
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	Promoción turística Regulación y control turística Planificación turística
	Sugerencias o recomendaciones	Alinear el programa de maestría a las necesidades que tiene el Ministerio.

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 77: Entrevista empresa Ocean Adventures
EMPRESA: OCEAN ADVENTURES

Variables	Preguntas	Respuestas
Datos Informativos	Tipo de empresa	Privada
	Sector económico al que pertenece	Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Mediana - 100 empleados - 30 Administrativos - 70 Tripulantes
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Mixto
	Medios de reclutamiento externo	Internet: LinkedIn - Computrabajo
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	No
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Si
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Área administrativa
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Planificación de proyectos Control y evaluación de proyectos
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Experiencia
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Profesionales: experiencia, conocimientos técnicos, estabilidad laboral.
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	Sí, Programas de capacitación 100% cubiertos de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa.
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	Turismo receptivo Servicio al cliente
	Sugerencias o recomendaciones	Programa de maestría orientado a la problemática de Galápagos

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 78: Entrevista empresa Ecuadorian Tours
EMPRESA: ECUADORIAN TOURS

Variab les	Preguntas	Respuestas
Datos Informativos	Tipo de empresa	Privada
	Sector económico al que pertenece	Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Mediana - 68 trabajadores
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Interno Externo
	Medios de reclutamiento externo	Anuncios de prensa Agencias de empleo - para puestos específicos Por referencias
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	No
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Sí
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Gerencia media
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Coordinación de proyectos Ejecución y control de proyectos
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Experiencia en el campo
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Profesionales: experiencia, nivel de formación, conocimientos técnicos y específicos
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	No, decisión personal. Empresa apoya al estudiante con permisos, más no económicamente.
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	Turismo receptivo Turismo corporativo Asesoría en viajes Políticas de viajes
	Sugerencias o recomendaciones	Observar modelos internacionales que se están ejecutando actualmente. Crear programa de maestría en función a las necesidades de empresas públicas y privadas

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 79: Entrevista empresa Hotel Marriott
EMPRESA: HOTEL MARRIOTT

VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTAS
Datos Informativos	Tipo de empresa	Privada
	Sector económico al que pertenece	Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Grande - 405 empleados
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Utilización de plataforma para reclutamiento interno y externo
	Medios de reclutamiento externo	Internet: Computrabajo Anuncios en prensa Base de datos de candidatos espontáneos
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	No
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Sí
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Gerencia media Altos mandos
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Toma de decisiones Resolución de problemas Planificación, dirección y control
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	No existe un área exclusiva de turismo, sin embargo, la característica más importante en un profesional es el conocimiento técnico.
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Personales: trabajo en equipo, trabajo bajo presión. Profesionales: experiencia y conocimientos técnicos (orientación al servicio, idiomas)
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	No, es decisión personal Empresa realiza capacitaciones de acuerdo a necesidades de la misma.
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	No existe un área exclusiva de turismo. Empresa trabaja con una agencia que se encarga de actividades turísticas.
	Sugerencias o recomendaciones	Experiencia Prácticas laborales

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 80: Entrevista empresa Metropolitan Touring
EMPRESA: METROPOLITAN TOURING

VARIABLES	PREGUNTAS	RESPUESTAS
Datos Informativos	Tipo de empresa	Privada
	Sector económico al que pertenece	Hospitalidad
	Tamaño de la empresa	Grande: 570 empleados
Medios para reclutamiento personal	Tipo de reclutamiento	Interno Externo
	Medios de reclutamiento externo	Internet: Multitrabajo Bases de datos de candidatos espontáneos
Percepción general de la escolaridad de los aspirantes	¿Existe preferencia por profesionales que han obtenido títulos de cuarto nivel?	No
	¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto de nivel?	Si
	¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?	Gerencia media Altos mandos
	¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?	Planificación de proyectos Coordinación de actividades específicas Ejecución y control de proyectos
Criterios específicos de selección de personal	¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Experiencia
	¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?	Personales: carisma, trabajo en equipo Profesionales: experiencia, idioma, conocimientos técnicos
Desarrollo de personal	¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?	No, decisión personal. Planes de capacitación en temas específicos de la empresa
	¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?	Turismo receptivo Turismo emisivo Dominio de idiomas
	Sugerencias o recomendaciones	Programa de maestría orientado a la problemática de Galápagos.

Fuente: Autor de la investigación

De acuerdo a la información obtenida en cada una de las entrevistas a las diferentes empresas del sector turístico, se presenta a continuación los hallazgos más importantes, que servirán de insumo para el diseño de contenidos del programa de maestría en turismo en la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE.

1. Datos informativos

a) Tipo de empresa

De las 6 empresas entrevistadas, 5 de ellas son privadas: 2 hoteles y 3 agencias de turismo y 1 empresa pública correspondiente al Ministerio de Turismo, el organismo rector de las actividades turísticas en el país.

b) Sector económico al que pertenece

De acuerdo al ranking empresarial EKOS 2012, todas las empresas entrevistadas pertenecen al sector económico llamado *Hospitalidad*, el cual se compone de servicios turísticos, transporte, hotelería y servicios de catering.

c) Tamaño de la empresa

De las 6 empresas entrevistadas, dos son medianas (50 – 250) y las cuatro restantes son grandes (250 – 1000) de acuerdo al número de trabajadores que laboran en ellas. Es importante señalar que en todas las empresas, la mayoría de trabajadores se desempeñan en áreas operativas y la minoría lo hace en niveles medios y altos.

2. Medios de reclutamiento para personal

a) Tipo de reclutamiento

Las empresas entrevistadas indicaron que manejan los dos tipos de reclutamiento: tanto interno como externo. Generalmente se busca que

la vacante sea ocupada por una persona que ya se encuentre laborando en la empresa y que cumpla con el perfil requerido para el puesto. Si no existe el perfil idóneo dentro de la empresa se procede a dar a conocer la plaza de trabajo a nivel externo de la compañía.

Dentro del reclutamiento interno, existen empresas como el Ministerio de Turismo y el Hotel Marriott que tienen formas especiales para la contratación de personal. El Ministerio maneja el manual de clasificación de puestos en el cual se califica y pondera al postulante de acuerdo a las competencias que tiene; aquel que obtenga el mayor puntaje es considerado para formar parte de la empresa. En el caso del Hotel Marriott, maneja una plataforma con estándares de selección establecidos a nivel mundial, a la cual deben someterse los interesados en trabajar dentro de esta organización.

b) Medios de reclutamiento externo

Generalmente los medios externos que utilizan las empresas entrevistadas para el reclutamiento son:

- ✓ Anuncios en prensa
- ✓ Internet: utilizan plataformas virtuales como:
 - Multitabajos
 - LinkedIn
 - Computrabajo
- ✓ Agencias de empleo: para puestos específicos en los que se requiere habilidades y competencias definidas.
- ✓ Bases de datos de candidatos espontáneos.
- ✓ Referencias personales

3. Percepción general de la escolaridad de los aspirantes

- a) ¿Existe preferencia por profesionales con título de cuarto nivel?

Según la información brindada por las empresas entrevistadas, es importante destacar que dentro del sector turístico, no existe preferencia por profesionales que cuentan con un título de cuarto nivel. Únicamente el Ministerio de Turismo considera como importante y como un factor de preferencia al profesional que posea un título de posgrado. Por otro lado, las empresas privadas prefieren otro tipo de competencias más que un título de maestría.

- b) ¿Actualmente se encuentran trabajando profesionales con título de cuarto nivel?

Todas las empresas entrevistadas indicaron que dentro de su personal de trabajo, sí cuentan con profesionales con título de cuarto nivel.

- c) ¿En qué área desempeñan estos profesionales sus actividades laborales?

Los profesionales que cuentan con título de cuarto nivel que trabajan dentro de estas empresas, se desempeñan generalmente en:

- ✓ Gerencia Media
- ✓ Altos Mandos

- d) ¿Qué funciones desempeñan estos empleados en las diferentes áreas en las que trabajan?

Las funciones que desempeñan este tipo de profesionales son:

- ✓ Planificación de proyectos
- ✓ Coordinación y dirección de actividades y proyectos turísticos
- ✓ Evaluación y control de proyectos

- ✓ Toma de decisiones y resolución de problemas gerenciales

4. Criterios específicos de selección de personal

- a) ¿Cuál es la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?

Dos de las 5 empresas privadas entrevistadas, indicaron que no cuentan con un área exclusiva de turismo, sin embargo, al igual que las otras empresas entrevistadas mencionaron que la característica más importante que requiere un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo y de cualquier otro campo, es la *experiencia*. Además, indicaron que el dominio de conocimientos técnicos también es importante a la hora de escoger a un trabajador.

El Ministerio de Turismo, siendo la única empresa pública entrevistada, señaló que para que un profesional pueda ocupar una plaza de trabajo en el área del turismo, debe cumplir con los requerimientos establecidos en el Manual de Clasificación de Puestos.

- b) ¿Qué competencias debe poseer un profesional para ocupar cargos dentro del área de turismo?

Como se mencionó anteriormente, los dos hoteles entrevistados no cuentan con un área exclusiva para actividades turísticas, sin embargo, todas las empresas indicaron que las competencias más importantes que deben poseer los profesionales para ocupar cargos dentro del área turística son:

- ✓ Personales: habilidades y destrezas, trabajo en equipo, capacidad de trabajo bajo presión y carisma.

- ✓ Profesionales: experiencia, conocimientos técnicos y específicos, estabilidad laboral, nivel de formación y dominio de idiomas.

5. Desarrollo de personal

- a) ¿Existe algún plan de capacitación o desarrollo que motive a los empleados a mejorar sus competencias laborales con maestrías o programas de educación especializada?

De acuerdo a la información brindada por todas las empresas entrevistadas, la decisión de cada profesional por realizar un programa de maestría es personal, por lo tanto, no existe un plan que los motive a realizar un programa de posgrado, esto debido a que los programas de maestría que desea cursar el empleado, no es aplicable a los requerimientos de la empresa, por tal razón no cuenta con un apoyo de la misma. Sin embargo, cada empresa indicó que realiza capacitaciones internas y externas de acuerdo a sus necesidades, y que de esta manera se mejora las competencias de cada empleado. Es importante señalar, que estas capacitaciones sí son costeadas en un alto porcentaje o en su totalidad por cada empresa.

- b) ¿En qué áreas se requiere que los empleados del departamento de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?

Las empresas de hotelería no cuentan con un área exclusiva de turismo, sin embargo las cuatro empresas restantes mencionaron que

las áreas en las que se requiere que los empleados aumenten su conocimiento u obtengan una especialización son:

- ✓ Planificación turística
- ✓ Regulación y control del turismo
- ✓ Promoción turística
- ✓ Turismo receptivo y emisor
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Turismo corporativo

6. Sugerencias o recomendaciones

Al finalizar cada una de las entrevistas en cada empresa, se pidió a los entrevistados algunas sugerencias o recomendaciones que pudieran dar a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, para la creación de un programa de maestría en turismo, siendo éstas las más mencionadas:

- ✓ Una maestría con varias horas de prácticas laborales, a fin de que el profesional tenga experiencia en el campo.
- ✓ Un programa que se adapte a las necesidades que tiene el sector turístico público y privado.
- ✓ Una maestría que se proyecte a los modelos internacionales relacionados a las actividades turísticas.
- ✓ Un programa orientado a la situación actual en las Islas Galápagos en cuanto a las actividades turísticas.

4.3 Análisis de la oferta

Estudio comparativo de la oferta de programas de maestría en el Ecuador

En la siguiente tabla se presenta los programas de maestría en turismo que se ofertan en otras instituciones educativas dentro del país, en la cual se observa el enfoque y la orientación que tiene cada programa y sus características más importantes.

Tabla 81: Oferta de programas de maestría en turismo en el país.

INSTITUCIÓN	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	PERFIL DE EGRESO	CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA
Escuela Superior Politécnica del Chimborazo	Maestría en Turismo Sostenible para el Desarrollo Local	Profesional calificado en el desarrollo del turismo como una actividad sostenible, para el desarrollo local.	Los contenidos del programa se especializan en el impacto del turismo al medio ambiente y a la cultura local.
Universidad de Cuenca	Maestría en Turismo Rural y Comunitario (En trámite)	Profesional capaz de manejar conflictos, con aptitudes empresariales y técnicas, que realicen una gestión eficaz de servicios turísticos bajo criterios de sostenibilidad.	El programa se enfoca en hacer de un espacio rural de alto valor cultural, un destino turístico. Por lo tanto, este programa incluye contenidos sobre planificación, administración, manejo de recursos, y otros temas relacionados.
Universidad Agraria del Ecuador	Maestría en Planificación y Gestión de Proyectos Turísticos y Ecológicos	Profesionales con amplios conocimientos en la gestión de empresas turísticas y hoteleras. Con capacidades y habilidades directivas que le permite manejar un sector cambiante como lo es el turismo, además de desarrollar nuevas iniciativas empresariales o profesionales.	Los contenidos del programa tienen como fin enseñar al estudiante cómo planificar y controlar proyectos turísticos. El programa se enfoca en la hotelería como servicio indispensable dentro del turismo. Incluye contenidos sobre administración y gestión empresarial.
Universidad Nacional de Chimborazo	Maestría en Marketing Turístico y Hotelero	Profesionales con sólida formación académica en el campo del Marketing aplicado al turismo y la hotelería, capaces de identificar oportunidades de negocio, preparar planes de marketing, elaborar proyectos de inversión, así como formular estrategias de desarrollo en la actividad turística tanto a nivel privado como público.	El programa se especializa en las actividades mercadológicas que se pueden aplicar dentro del turismo y la hotelería. Los contenidos involucran la administración, creación de estrategias, investigación, promoción y servicio al cliente.

Continúa...

INSTITUCIÓN	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA	PERFIL DE EGRESO	CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA
Universidad Técnica del Norte	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas	Profesionales con conocimientos integrales en los aspectos de mercado, financiero y técnico de los proyectos turísticos. Con competencias que los hace cuidadosos en la elaboración de planes ecológicos en los que se incluye los aspectos ambientales en el manejo de áreas protegidas del país.	El programa se enfoca en la planificación, elaboración y gestión de proyectos ecológicos turísticos. Este programa se especializa en el cuidado del medio ambiente y áreas protegidas del país.
Universidad Tecnológica Equinoccial	Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales	Profesional capaz de tomar decisiones tanto en el campo empresarial como en el sector público, de enfrentar los diversos problemas ambientales y el deterioro que generan las actividades turísticas, y de administrar los recursos naturales y culturales para lograr un Ecoturismo responsable.	El programa se enfoca tanto en el sector público como en el privado. Maneja contenidos sobre gestión de actividades turísticas desde las dos perspectivas: empresarial y pública. Este programa se especializa en el cuidado del medio ambiente y áreas naturales que tiene el país. La administración de recursos, la planificación y la evaluación también está dentro de los contenidos de la maestría.
Universidad de Especialidades Turísticas	Maestría en Gestión del Turismo	Profesionales de alto nivel técnico, social y humano, capaces de responder con creatividad e innovación en su gestión, para afrontar los retos actuales de la empresa turística cada vez más competitiva.	El programa se enfoca en el manejo y control de actividades turísticas. Los contenidos del programa incluyen la administración, planificación, comportamiento y tendencias del turismo.

Fuente: Sitios web de cada una de las instituciones educativas

Como se puede observar en la tabla, la mayoría de programas de maestría en turismo que se ofertan en el país se enfocan en:

1. *Ecoturismo y manejo de áreas naturales y protegidas*: Ecuador es un país que cuenta con una invaluable riqueza natural, por lo tanto, se constituye como un destino turístico muy atractivo. Este tipo de programas de maestría busca impulsar el turismo en las áreas naturales y así mismo, propone prácticas de cuidado al medio ambiente mientras se desarrollan todo tipo de actividades turísticas.
2. *Planificación y gestión de proyectos turísticos*: Debido a la gran cantidad de destinos turísticos que tiene el país, los programas de maestría en planificación y gestión de proyectos contribuyen al manejo y aprovechamiento de recursos que se utilizan para la creación de este tipo de proyectos.
3. *Turismo rural y comunitario*: Varias actividades turísticas giran alrededor de la cultura y las tradiciones de que tiene un país, es así que este tipo de maestrías, buscan dar a conocer la belleza cultural que tiene una región o un lugar. Así mismo, establece prácticas que contribuyan al cuidado y mantenimiento de dichos lugares.

Estos son los campos en los que existe un programa de posgrado en turismo; a medida que el turismo en el Ecuador crece, es necesario buscar nuevos campos de especialización que todavía no han sido estudiados, pero que son de gran importancia para que las actividades turísticas sigan aumentando y por ende su desarrollo sea rentable para las organizaciones y para el país.

4.4 Segmentación

Como se mencionó anteriormente, el tipo de segmentación que se utilizó para dividir el mercado fue la *segmentación geográfica*, que consiste en dividir a la población objeto de estudio en grupos homogéneos de acuerdo a su localización.

Una vez obtenidos los resultados de la investigación, para el programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, se han establecido dos segmentos diferentes. A continuación se presentan las características de cada uno de ellos.

Tabla 82: SEGMENTO 1 – Profesionales que residen en la ciudad de Quito

Datos	Género	
	Residencia	Hombres y mujeres
Datos demográficos	Título de tercer nivel obtenido	La mayoría de los profesionales cuenta con una Ingeniería. Además, un porcentaje significativo cuenta con una licenciatura
Datos sobre empleo	Modalidad de trabajo	La mayoría de los profesionales trabaja en relación de dependencia.
	Sector económico al que pertenece la empresa	Casi en su totalidad, los profesionales trabajan dentro del sector público.
Proyección profesional	¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría?	La mayoría de profesionales sí considera complementar su formación profesional con una maestría.
Disposición de compra	¿Consideraría complementar su formación profesional con una maestría en turismo?	Un alto porcentaje de profesionales sí considera complementar su formación con un programa de maestría en turismo, sin embargo, un porcentaje significativo no lo desea en este campo.
	¿Por qué razón no complementarían su formación con una maestría en turismo?	La mayoría de profesionales que no desea un programa de maestría en turismo se debe a que no lo han considerado dentro de sus planes y porque no tiene interés en el área.
Decisión de compra	¿En qué clase de institución optaría por estudiar una maestría en turismo?	Un alto porcentaje de profesionales optaría por estudiar una maestría en turismo en instituciones educativas nacionales. Un porcentaje significativo mencionó que lo haría en el extranjero.

Continúa...

SEGMENTO 1 – Profesionales que residen en la ciudad de Quito

Decisión de compra	Preferencia Universidades Nacionales	Los profesionales prefieren a la ESPE, la USF y a la PUCE para cursar un programa de maestría en turismo.
	Nivel de importancia de factores de decisión por institución educativa	La docencia, la trayectoria y el prestigio de una universidad, son los factores más importantes para los profesionales al momento de tomar un programa de maestría en turismo.
	¿De qué manera ha obtenido información de la oferta de programas de maestría?	Los profesionales reciben información sobre la oferta de programas de maestría a través de los sitios web de educación y a través de referencias personales.
	Valor dispuesto a pagar	La mayoría de profesionales estarían dispuestos a pagar entre \$3000,00 - \$4800,00. Un porcentaje significativo pagaría entre \$4900,00 - \$6700,00.
	Forma de pago	Los profesionales prefieren el crédito educativo o tarjeta de crédito como formas de pago para cubrir el costo del programa de maestría.
	Régimen de estudios	La gran mayoría de profesionales prefiere un régimen de estudios que consiste en una maestría ejecutiva en la que las clases se reciben dos fines de semana por mes.
Atributos relevantes	Preferencia por campos de estudio del programa de maestría en turismo	Los profesionales prefieren que el programa de maestría se oriente a la planificación turística. También lo aceptarían si se orientara a la economía o a la investigación aplicada al turismo.
	Interés tipos de turismo	Los tipos de turismo que prefieren los profesionales de este segmento son: Ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural o turismo rural y comunitario.
	Nivel de importancia de factores de elección de programa de maestría	Los profesionales prefieren conocer la metodología que se aplicará al programa de maestría en turismo antes de decidirse por tomarlo. También es importante la aplicabilidad de la maestría, la combinación de jornadas y los cursos electivos

Fuente: Autor de la investigación

Tabla 83: SEGMENTO 2 – Profesionales que residen en otras provincias

Género		En su mayoría pertenecen al género femenino, pero un porcentaje significativo corresponde al género masculino.
Datos demográficos	<i>Residencia</i>	<i>Otras provincias</i>
	Título de tercer nivel obtenido	La mayoría de los profesionales cuenta con una Ingeniería. Además, un porcentaje significativo cuenta con una licenciatura
Datos sobre empleo	Modalidad de trabajo	La mayoría de los profesionales trabaja en relación de dependencia.
	Sector económico al que pertenece la empresa	Casi en su totalidad, los profesionales trabajan dentro del sector público.
Proyección profesional	¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría?	La mayoría de profesionales sí considera complementar su formación profesional con una maestría.
	¿Consideraría complementar su formación profesional con una maestría en turismo?	La mayoría de profesionales sí considera complementar su formación con una maestría en turismo.
Disposición de compra	¿Por qué razón no complementarían su formación con una maestría en turismo?	La mayoría de profesionales que no desea un programa de maestría en turismo se debe a motivos personales y porque no lo han considerado en sus planes.
	¿En qué clase de institución optarían por estudiar una maestría en turismo?	La mayoría prefiere realizar una maestría en turismo en instituciones educativas nacionales.
Decisión de compra	Preferencia Universidades Nacionales	Los profesionales prefieren a la ESPE, la PUCE y a la USFQ para cursar un programa de maestría en turismo.
	Nivel de importancia de factores de decisión por institución educativa	La docencia, y el precio del programa, son los factores más importantes para los profesionales al momento de tomar un programa de maestría en turismo.
	¿De qué manera ha obtenido información de la oferta de programas de maestría?	Los profesionales reciben información sobre la oferta de programas de maestría a través de los sitios web de educación y a través de referencias personales.
	Valor dispuesto a pagar	La mayoría de profesionales estarían dispuestos a pagar entre \$3000,00 - \$4800,00. Un porcentaje significativo pagaría entre \$4900,00 - \$6700,00.
	Forma de pago	Los profesionales prefieren el crédito educativo o tarjeta de crédito como formas de pago para cubrir el costo del programa de maestría.
	Régimen de estudios	La gran mayoría de profesionales prefiere un régimen de estudios que consiste en una maestría ejecutiva en la que las clases se reciben dos fines de semana por mes.

Continúa...

SEGMENTO 2 – Profesionales que residen en otras provincias

	Preferencia por campos de estudio del programa de maestría en turismo	Los profesionales son indiferentes al campo de estudio al cual se oriente el programa. El campo de estudio no es un factor de decisión para estos profesionales.
Atributos relevantes	Interés tipos de turismo	Los tipos de turismo que prefieren los profesionales de este segmento son: Ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural o turismo rural y comunitario.
	Nivel de importancia de factores de elección de programa de maestría	Los profesionales son indiferentes a los factores de elección para el programa de maestría. Estos factores no determinan la aceptación o el rechazo del programa.

Fuente: Autor de la investigación

Estos son los dos segmentos a los cuáles se enfocarán el programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Ambos segmentos pueden ser considerados como tal, ya que son medibles, accesibles, sustanciales y diferenciales.

4.5 Posicionamiento

Una vez que se han identificado los segmentos a los cuales se enfocará el programa de maestría en turismo, se ha determinado que la ubicación de los profesionales incide en la decisión de complementar su formación con un programa de maestría en turismo. Por tal razón, el posicionamiento que se empleará será el mismo para ambos segmentos utilizando una de las ventajas competitivas de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. Con el fin de describir de mejor manera el enfoque empleado para cada segmento se detalla a continuación el proceso que sustenta el tipo de posicionamiento elegido.

1. *Elegir el concepto de posicionamiento:*

De acuerdo a las preferencias que tienen los dos segmentos, los conceptos de posicionamiento son definidos.

Tabla 84: Concepto de posicionamiento

SEGMENTO 1 RESIDENTES EN QUITO	Para este segmento sería más competitivo obtener un título de cuarto nivel que provenga de una Institución Educativa de Categoría A, frente a la de instituciones en otras categorías.
SEGMENTO 2 RESIDENTES EN OTRAS PROVINCIAS	Para este segmento sería más competitivo obtener un título de cuarto nivel que provenga de una Institución Educativa de Categoría A, frente a la de instituciones en sus provincias que se ubican en otras categorías.

2. *Diseñar la dimensión o característica que mejor comunica el posicionamiento:*

La característica que mejor comunica el posicionamiento de cada segmento, se expresa utilizando el esquema propuesto por Alvarado Cervantes en su libro “La estrategia de Marketing en la empresa” que es el siguiente:

Para (perfil del segmento), (la marca), **es** (marco competitivo), **que** (beneficio básico diferenciado), **porque** (razón para creer).

Una vez definidos los espacios en paréntesis, se comunica el posicionamiento de la siguiente forma:

Tabla 85: Comunicación del posicionamiento

SEGMENTO 1 RESIDENTES EN QUITO	Para los profesionales que residen en la Ciudad de Quito, la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es la única institución dentro de la Categoría A de Universidades, que oferta un programa de maestría en turismo, porque cumple con excelencia los requisitos establecidos por el CEAACES.
---	--

SEGMENTO 2 RESIDENTES EN OTRAS PROVINCIAS	Para los profesionales que residen en Otras Provincias, la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es la única institución dentro de la Categoría A de Universidades a nivel nacional, que oferta un programa de maestría en turismo, porque cumple con excelencia los requisitos establecidos por el CEAACES, lo que representa una ventaja para quienes obtengan el título en la institución.
--	--

3. *Coordinar los componentes de la mezcla de marketing para que comunique una posición congruente:*

La oferta del programa queda definida de la siguiente manera:

Tabla 86: Mezcla de marketing para el posicionamiento

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO	
Costo Tentativo USD 6.900	
Profesionales que residen en la Ciudad de Quito	Profesionales que residen en Otras Provincias
Reforzamiento de presencia en medios electrónicos.	Reforzamiento de presencia en medios electrónicos.
Utilización de canales de difusión de la información externos.	Utilización de canales de difusión de la información externos.
Modalidad	
Maestría ejecutiva - 2 fines de semana al mes	

4.6 Medición del mercado

Como se mencionó anteriormente, para el programa de maestría en turismo, se plantea el desarrollo de una estimación de la demanda futura, tomando como base los resultados que se obtuvieron de la investigación de mercados.

Debido a que el programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE es nuevo, no se puede realizar pronósticos con series de tiempo, ya no que no se cuenta con información ni con datos históricos sobre la demanda del programa; además, el tipo de muestreo que se utilizó para la investigación fue *por conveniencia*. Por estas razones, el tipo de pronóstico que mejor se adapta al programa, es el de *comportamiento del entorno*, el

cual consiste en estimar la demanda considerando los resultados obtenidos en la encuesta, haciendo énfasis principalmente en la disposición de compra del programa por parte de los profesionales prospecto.

Tabla 87: Comportamiento del entorno

Proyección Profesional	De los 137 encuestados, 128 que representan el 93% sí consideran complementar su formación profesional con una maestría
Disposición de compra	De los 128, 96 encuestados que representan el 75% sí cursarían un programa de maestría en turismo. El 66.27% de los profesionales que residen en la Ciudad de Quito, y el 91.11% de los profesionales que residen en otras provincias del país, cursarían un programa de maestría en turismo.
Clase de institución	El 70% de los encuestados que sí cursarían la maestría en turismo, lo harían en instituciones educativas nacionales.
Preferencia Universidad	Para los encuestados: La ESPE, la USFQ y la PUCE son las universidades de mayor preferencia para cursar este tipo de programas.
Orientación del programa	De acuerdo a los encuestados, la Planificación Turística es el campo de mayor importancia al que se debería orientar la maestría.
Interés tipo de turismo	De acuerdo a los encuestados, el Ecoturismo es el tipo de turismo de mayor preferencia e interés
Consideraciones	Actualmente la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE oferta programas de maestría en otras áreas del conocimiento, para las que se ha establecido un tamaño de paralelo predeterminado que es de 25 estudiantes, debido a que el objetivo es lograr una mayor interacción entre los docentes y los maestrantes.

Considerando los resultados que se obtuvo en la investigación, se puede estimar que en efecto, el programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sería de interés y preferencia por parte de los profesionales prospecto, y se podría cumplir con la meta de 25 estudiantes en un paralelo.

CAPÍTULO 5: PROPUESTA DEL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO

5.1 Descripción de la propuesta

El programa de Maestría en Planificación Turística y Ecoturismo es un programa nuevo e innovador que se implementará dentro de la oferta académica de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE. Este programa convertirá a la institución en la única universidad Categoría A que oferta un programa de maestría en esta área del conocimiento, por lo cual representa una gran ventaja competitiva frente al resto de instituciones.

El programa busca formar profesionales de cuarto nivel con sólidos conocimientos teórico – prácticos en ecoturismo, planificación y gestión de empresas en el ámbito turístico, proporcionándoles una visión integradora de la realidad nacional e internacional de este sector, logrando de esta manera la elaboración de proyectos que suplan las necesidades que tienen los turistas y las empresas que generan este tipo de servicios, siguiendo los criterios de innovación, eficiencia, creatividad, liderazgo, pensamiento crítico, sostenibilidad y alta conciencia ciudadana.

Su metodología de aprendizaje y en función de las líneas de investigación, permite guiar a los equipos de trabajo, en procesos y actividades de cambio e innovación de la gestión del marketing con visión gerencial.

El acceso de estudiantes al programa es abierto, la selección de estudiantes se realiza a través de entrevista personal, análisis documental de curriculum y examen de aptitud académica y psicotécnica.

Para la vinculación academia-sociedad, se ha implementado un programa con proyectos tentativos de orientación de acuerdo al nuevo modelo económico que establece la filosofía del Buen Vivir, en su deseo de impulsar la transformación de la matriz de producción y reactivar la economía del país. Entre ellos se puede mencionar:

- Estudios sobre comportamiento del turista en áreas ecológicas para el diseño de nuevos servicios turísticos.
- Desarrollo de proyectos turísticos sostenibles para las organizaciones y para la economía del país.
- Análisis de mercado con enfoque internacional para el impulso de las actividades turísticas nacionales en mercados internacionales.
- Propuestas estratégicas de marketing para proyectos, productos o servicios turísticos basados en las necesidades que tiene el sector público y privado.

Además de todo lo mencionado anteriormente, la ESPE cuenta con la infraestructura necesaria para acoger a los maestrantes y brindarles una educación de calidad, tanto en la enseñanza por parte del cuerpo docente como en la disponibilidad de espacios físicos que tiene la institución, para hacer de este programa una experiencia inolvidable para los maestrantes.

5.2 Descripción del programa

a. Datos generales de la institución:

Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE

i. Misión de la institución

Formar profesionales e investigadores de excelencia, creativos, humanistas, con capacidad de liderazgo, pensamiento crítico y alta conciencia ciudadana; generar, aplicar y difundir el conocimiento y, proporcionar e implantar alternativas de solución a los problemas de la colectividad, para promover el desarrollo integral del Ecuador.

b. Datos generales del programa:**i. Nombre completo del programa**

Maestría en Planificación Turística y Ecoturismo

ii. Tipo de proyecto

Programa

iii. Tipo de trámite

Ampliación de vigencia

iv. Títulos que otorga el programa

Magister en Planificación Turística y Ecoturismo

v. Área de conocimiento del programa

Servicios

vi. Sub – área de conocimiento del programa

Servicios personales

vii. Nivel de formación

Maestría Profesionalizante

viii. Modalidad de estudios

Semipresencial

ix. Número máximo de paralelos

Un paralelo (1)

x. Número máximo de estudiantes por cada paralelo

Veinte y cinco estudiantes (25)

xi. Duración del programa

Sesenta créditos (60) / Cuatro semestres (4)

xii. Tipo de sede en la que se dictará el programa

Sede – Matriz

xiii. Nombre de la sede en la que se dictará el programa

Campus Sangolquí

xiv. Arancel que debe cubrir el estudiante

Seis mil novecientos dólares de los Estados Unidos de América (\$
6.900)

xv. Observaciones

El arancel del programa incluye matrícula y colegiatura

c. Presentación del programa**i. Objetivo general**

Formar profesionales de cuarto nivel con sólidos conocimientos teórico – prácticos en ecoturismo, planificación y gestión de empresas en el ámbito turístico, proporcionándoles una visión integradora de la realidad nacional e internacional de este sector, logrando de esta manera la elaboración de proyectos que suplan las necesidades que tienen los turistas y las empresas que generan este tipo de servicios, siguiendo los criterios de innovación,

eficiencia, creatividad, liderazgo, pensamiento crítico, sostenibilidad y alta conciencia ciudadana.

ii. Objetivos específicos

- Dotar a los profesionales de conocimientos acerca del ecoturismo, la planificación y gestión de empresas del sector turístico, a fin de hacer de ellos a profesionales con dominio teórico – práctico en el campo con pensamiento crítico y alta conciencia ciudadana.
- Analizar el impacto económico, político – legal, ambiental, social y cultural que tiene el turismo dentro del país, a fin de generar proyectos turísticos sostenibles que contribuyan al desarrollo del mismo.
- Identificar los problemas que tiene actualmente el sector turístico en un ámbito global, a fin de obtener un panorama integral que permita la generación de soluciones factibles a dichos problemas.

iii. Perfil de ingreso del estudiante

El programa es abierto, participan profesionales que laboran en diferentes sectores productivos, se dará preferencia a profesionales graduados en:

- Graduados/as de Ingeniería o Licenciatura en Turismo
- Graduados Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.
- Graduados en Turismo y Gestión Gastronómica
- Graduados/as en Ingeniería Comercial

Los profesionales de otras carreras no están excluidos, sin embargo éstos deberán presentar una constancia de haber trabajado en campos relacionados con el turismo.

Tabla 88: Perfil de ingreso del estudiante

PROGRAMA	Maestría en Planificación Turística y Ecoturismo
Perfil de ingreso	El perfil de ingreso describe las características deseables de maestrante de nuevo ingreso en términos de conocimientos, habilidades y actitudes favorables para cursar y terminar con mayores posibilidades de éxito los estudios que inicia y da cuenta de las opciones académicas cursadas.
Aptitudes y Capacidades básicas (*)	<p>Razonamiento Numérico: Habilidad, rapidez y exactitud para el cálculo, para manipular cifras y resolver problemas.</p> <p>Razonamiento Espacial: Capacidad para imaginarse volúmenes y superficies en tres y dos dimensiones. Habilidad para interpretar gráficos y mapas.</p> <p>Razonamiento Lógico: Capacidad para entender la relaciones entre los hechos y encontrar las causas que los produjeron, prever consecuencias y así poder resolver problemas de una manera coherente.</p> <p>Razonamiento Abstracto: Facilidad para extraer datos de entrada y salida de una situación problemática e imaginar soluciones.</p> <p>Capacidad de Observación y de percibir detalles de objetos, fenómenos o sucesos, determinando singularidades y apreciando diferencias.</p> <p>Capacidad de Percepción: Capacidad para adquirir conocimiento del mundo que nos rodea por medio de las impresiones que transmiten los sentidos. Percepción visual de formas y detalles desde distintas distancias y espacios.</p> <p>Capacidad de Atención y Concentración: Capacidad de centrar la atención voluntariamente sobre un objeto o una actividad que se está realizando dejando fuera del proceso, hechos que ocurren alrededor como sonidos y ruidos del ambiente.</p>
Personalidad (*)	<p>Abierto: Dispuesto a cooperar, le gustan las tareas que exigen contactos con la gente y la relación social y que exigen trabajo en equipo, poco temeroso de las críticas y puede llegar a ser excelente negociador.</p> <p>Líder: Muy seguro de sí mismo, de mentalidad independiente, le gusta el protagonismo, y dirigir un grupo.</p> <p>Responsable: Preparado por hacer las cosas correctamente, centrado en el trabajo, perseverante a la hora de responder ante grandes retos dispuesto a afrontar diversas situaciones del entorno.</p> <p>Pragmático: Centrado en los problemas prácticos, sereno en la toma de decisiones frente a situaciones de emergencia.</p> <p>Dinámico: Emprendedor, luchador, con curiosidad por los nuevos avances, dispuesto a la acción.</p>

Continúa...

PROGRAMA **Maestría en Planificación Turística y Ecoturismo**

Conocimientos (*)	Matemáticas: Conocimientos de: Derivación, diferenciación, límites, funciones, series, , probabilidad, estadística. Comunicación oral y escrita Informática: Aplicaciones informáticas básicas: Procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos. Idioma inglés: Un alto nivel de comprensión lectora.
-----------------------------	--

Los estudiantes serán admitidos siempre y cuando obtengan un puntaje igual o superior 70% en la prueba de conocimiento y aptitud que plantea el programa.

iv. Requisitos de ingreso

El participante en la Maestría cumplirá con todos los requisitos que establece la normativa de la ESPE y de la SENESCYT.

La selección de los participantes se la realizará de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Título de tercer nivel, registrado en la SENESCYT
- Hoja de vida del estudiante
- Los que la ESPE y la SENESCYT dispongan en sus normas y reglamentos.

v. Perfil de egreso

El magister en planificación turística y ecoturismo es un profesional con sólidos conocimientos teórico – prácticos en las disciplinas asociadas al turismo; que tiene una visión integradora de la realidad nacional e internacional de este sector, logrando de esta manera la elaboración de proyectos que suplan las necesidades que tienen los turistas y las empresas

que generan este tipo de servicios, capaz de tomar decisiones dentro del sector público o privado, y que se maneja bajo criterios de innovación, eficiencia, creatividad, liderazgo, pensamiento crítico, sostenibilidad y alta conciencia ciudadana.

El magister en planificación turística y ecoturismo:

- Es capaz de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el ecoturismo y la planificación turística.
- Conoce las técnicas de gestión empresarial aplicadas al sector turístico.
- Dirige y gestiona los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- Diagnostica necesidades y oportunidades e identifica potencialidades y amenazas del destino ecoturístico.
- Conoce las políticas que afectan al destino urbano.
- Aplica las tecnologías de la comunicación y la información al turismo.
- Diseña productos y emprende proyectos turísticos.
- Aplica las técnicas para evaluar el impacto económico del ecoturismo.
- Conoce y aplica los principales enfoques de gestión de calidad en las empresas turísticas.
- Aplica las técnicas de gestión financiera en las empresas turísticas.
- Comprende el marco legal que regula las actividades y destinos turísticos.

vi. Requisitos de graduación

- Poseer título de tercer nivel reconocido por la SENESCYT
- Aprobar todos los módulos del programa
- Elaboración de una tesis o proyecto de grado, cumpliendo con los siguientes atributos: Validez, trascendencia y rasgos de originalidad.
- Publicar un artículo en una revista nacional o internacional, sobre el tema de su investigación.
- Poseer el certificado de suficiencia en un idioma extranjero, extendido por una institución acreditada ante la SENESCYT o el Ministerio de Educación.
- Haber cancelado todos los aranceles y derechos según corresponda.
- Demás requisitos exigidos por la Dirección de Postgrados.

vii. Justificación

El Turismo es un sector que cada año toma más fuerza en nuestro país, no solamente como una actividad, sino como un ente que contribuye y reactiva la economía nacional, es por esta razón que los estudios referentes a este tema representan hoy en día una nueva oportunidad y un reto muy grande para las universidades en el Ecuador, ya que la instrucción y enseñanza a la población, ha llegado a convertirse en un eje fundamental en el cual está enfocado el Gobierno.

El Estado, las empresas y los profesionales en Turismo, trabajan conjuntamente a fin de crear programas que impulsen la educación y el

trabajo dentro de este campo, y además buscan motivar a los ecuatorianos a desarrollar esta importante actividad.

La Constitución de la República del Ecuador 2008 considera la planificación como el instrumento fundamental y rector del Estado, la misma que permite alcanzar los objetivos del buen vivir.

Según la disposición constitucional contenida en el Art . 280, el Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional para el Buen Vivir, es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinará las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Este plan se enfoca en una transformación en la estructura del Estado orientándose a alcanzar el desarrollo en base al impulso de una economía endógena, participativa y equitativa, que se enmarque en la filosofía del buen vivir. La planificación coadyuva la integración del Estado nacional con cada uno de sus territorios, teniendo en cuenta sus particularidades y potencialidades.

Dentro de este marco el Plan Nacional de Desarrollo tiene como una de sus estrategias: la Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario donde uno de sus ejes impulsa el turismo de naturaleza especialmente el comunitario considerando que esta actividad permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza siendo consecuentes con los objetivos de desarrollo que buscan, entre otros aspectos, establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

El turismo como actividad económica en el Estado ecuatoriano es cada vez más importante a tal punto de convertirse en la sexta fuente de ingresos económicos después del petróleo, el banano, camarón y los derivados del petróleo como productos de exportación. (Ministerio de Turismo, 2013)

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, dentro de los objetivos planteados en su planificación estratégica consta el de mejorar la Calidad del Recurso y Talento Humanos del país; es así que, en su deseo de aprovechar las oportunidades que brinda el sector turístico y con el fin de ampliar su oferta académica y sus campos de investigación, presenta la esta propuesta para la implementación de un programa de maestría en turismo.

Sobre la demanda de profesionales para este programa, se hace referencia a los resultados obtenidos en la investigación de mercados aplicada a: trabajadores del Ministerio de Turismo, Docentes de la Carrera Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la ESPE sede Héroes del Cenepa, y a profesionales que trabajan en las mejores empresas dentro del sector turístico según el ranking empresarial publicado en la Revista “Ekos 2012”, que como muestra se obtuvo a 137 encuestados. Los resultados más relevantes entorno a los estudiantes prospecto del programa fueron:

- El 62.1% de los estudiantes prospecto, cuentan con títulos relacionados al campo turístico, el 29.8% tienen títulos relacionados a la ciencias sociales, educación comercial y derecho.
- El 96.2% de los estudiantes prospecto trabajan en relación de dependencia, y en su mayoría, laboran en el sector público.

- Aproximadamente el 70% de los encuestados considerarían complementar su formación profesional con una maestría en temas relacionados al turismo.
- Los estudiantes prospecto tienen preferencia por programas orientados hacia la formación en planificación de actividades turísticas.
- Así mismo existe un gran interés por el estudio del ecoturismo dentro de programa de maestría.

d. Descripción administrativa y financiera del programa

i. Descripción de la dependencia administrativa del programa a la estructura interna de la institución

Unidad de Gestión de Postgrados “UGP”, organiza y coordina la ejecución de los programas de postgrado, para lo cual ejecuta procesos de coordinación y apoyo a la gestión de programas de postgrado, esta unidad depende del Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología.

ii. Proyección de matrículas de primer año y total del programa, para una promoción

Tabla 89: Proyección de matrículas de primer año y total del programa

	Matrícula de Primer Ciclo	Matrícula Total
Año 1 2014	25	25

iii. Presupuesto anual del programa, proyectado a la duración de una promoción

Tabla 90: Presupuesto anual del programa de la maestría

DETALLE	Presupuesto Total	Presupuesto Año1	Presupuesto Año 2	Presupuesto Año 3	Presupuesto Total	%
GASTOS CORRIENTES	95.285,00	59.685,00	31.850,00	3.750,00	95.285,00	55,24%
<i>Gastos en Personal*</i>	<i>63.850,00</i>	<i>36.650,00</i>	<i>23.450,00</i>	<i>3.750,00</i>	<i>63.850,00</i>	37,01%
<i>Administrativos/no docentes*</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	0,00%
<i>Profesores e investigadores*</i>	<i>63.850,00</i>	<i>36.650,00</i>	<i>23.450,00</i>	<i>3.750,00</i>	<i>63.850,00</i>	37,01%
Coordinador	19.500,00	6.750,00	9.000,00	3.750,00	19.500,00	11,30%
Profesor nacional Master	13.300,00	9.100,00	4.200,00	0,00	13.300,00	7,71%
Profesor nacional Doctor	6.300,00	1.800,00	4.500,00	0,00	6.300,00	3,65%
Profesor internacional Doctor	2.000,00	0,00	2.000,00	0,00	2.000,00	1,16%
Módulo internacional	19.000,00	19.000,00	0,00	0,00	19.000,00	11,01%
Consejo Ampliado para aprobación de temas	3.750,00	0,00	3.750,00	0,00	3.750,00	2,17%
Tribunal de tesis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
<i>Bienes y Servicios de Consumo*</i>	<i>31.435,00</i>	<i>23.035,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>0,00</i>	<i>31.435,00</i>	18,22%
Edición, Impresión y Publicaciones	500,00	500,00	0,00	0,00	500,00	0,29%
Publicidad y Propaganda en Medios de Comunicación Masiva	1.500,00	1.500,00	0,00	0,00	1.500,00	0,87%
Publicidad y Propaganda Usando Otros Medios	500,00	500,00	0,00	0,00	500,00	0,29%
Seguros estudiantes	625,00	625,00	0,00	0,00	625,00	0,36%
Hospedaje y otros gastos	250,00	250,00	0,00	0,00	250,00	0,14%
Pasajes al Interior	300,00	300,00	0,00	0,00	300,00	0,17%
Pasajes al Exterior	4.000,00	4.000,00	0,00	0,00	4.000,00	2,32%
Viáticos y Subsistencias en el Interior	450,00	450,00	0,00	0,00	450,00	0,26%
Viáticos y Subsistencias en el Exterior	3.500,00	3.500,00	0,00	0,00	3.500,00	2,03%
Arrendamiento de vehículos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
Servicios de Capacitación	650,00	650,00	0,00	0,00	650,00	0,38%
Servicio de Alimentación	18.000,00	9.600,00	8.400,00	0,00	18.000,00	10,43%
Material de oficina	125,60	125,60	0,00	0,00	125,60	0,07%
Material Impresión, reproducción, fotografía y publicaciones	676,00	676,00	0,00	0,00	676,00	0,39%
Materiales de Construcción, Eléctricos, Plomería y Carpintería	30,00	30,00	0,00	0,00	30,00	0,02%
Material Didáctico	328,40	328,40	0,00	0,00	328,40	0,19%
<i>Gastos Financieros</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	0,00%
<i>Otros Gastos Corrientes</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	0,00%
INVERSIÓN	77.215,00	23.740,00	53.475,00	0,00	77.215,00	44,76%
<i>Infraestructura</i>	<i>17.250,00</i>	<i>0,00</i>	<i>17.250,00</i>	<i>0,00</i>	<i>17.250,00</i>	10,00%
<i>Equipamiento (no computacional)</i>	<i>26.380,00</i>	<i>2.230,00</i>	<i>24.150,00</i>	<i>0,00</i>	<i>26.380,00</i>	15,29%
<i>Equipamiento computación</i>	<i>32.585,00</i>	<i>20.510,00</i>	<i>12.075,00</i>	<i>0,00</i>	<i>32.585,00</i>	18,89%
<i>Bibliotecas</i>	<i>1.000,00</i>	<i>1.000,00</i>	<i>0,00</i>	<i>0,00</i>	<i>1.000,00</i>	0,58%
<i>Otros</i>	<i>0,00</i>					
TOTAL GENERAL	172.500,00	83.425,00	85.325,00	3.750,00	172.500,00	100,00%

e. Descripción del plan de estudio del programa

i. Planificación curricular

Eje básico:

Las materias de este eje (Eje Divisional e Interdivisional) aportan los conceptos, conocimientos y habilidades básicas comunes a varias áreas o disciplinas; con ello se inicia la adquisición de un conocimiento profundo sobre la(s) disciplina(s) relacionada(s) con el programa. También colaboran en el desarrollo de un profesionalista con una perspectiva interdisciplinaria, ya que se comparten experiencias de aprendizaje con alumnos y profesores de diferentes disciplinas afines.

Eje profesional:

Las asignaturas en este eje están orientadas a un aprendizaje genérico del ejercicio profesional de la planificación turística y el ecoturismo, y son aquellas que determinan el perfil de un master profesionalizante que la institución desea formar.

Eje de integración:

Está compuesto por diversas modalidades del proceso enseñanza aprendizaje donde se desarrollarán actividades que contemplen dar continuidad a los elementos formadores del eje institucional (fortalecer las habilidades intelectuales de estudio, la búsqueda y manejo de información, responsabilidad social y ética profesional, entre otros).

Tabla 91: Plan de estudios del programa de maestría en turismo

Nombre de la Asignatura Curso o Módulo	Descripción de Contenidos Mínimos	Eje de formación	No. Ciclo	No. De Créditos
PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL TURISMO SOSTENIBLE	El curso comienza con el planteamiento de la importancia del turismo como actividad de desarrollo económico para las empresas y para el país, luego se introducen conocimientos sobre realidad nacional e internacional del turismo, tipos de turismo, impacto económico, social y cultural que generan las actividades turísticas; lo que dará paso al entendimiento del contexto global en el que se encuentra el turismo.	BÁSICA	1	2
GESTIÓN AMBIENTAL ASOCIADA AL DESARROLLO DEL TURISMO	El curso comienza profundizando en los fundamentos conceptuales y terminológicos de la gestión y planificación del medio natural como soporte de la actividad turística. Busca establecer una reflexión sobre los vínculos existentes entre medio natural y actividad turística, analiza las distintas facetas del turismo en el medio natural y su evolución reciente, expone las implicaciones ambientales del aprovechamiento turístico del medio natural. Además, enseña sobre la normativa aplicable al aprovechamiento turístico de las áreas ecológicas.	BÁSICA	1	4
MÉTODOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS DEL TURISMO	El curso abordará con la enseñanza y aplicación de las técnicas estadísticas básicas de análisis de datos. Enseña sobre el procedimiento de análisis multivariante más adecuado para el sector turístico, ayuda al estudiante a determinar las tendencias y la dinámica de las principales variables turísticas. Expone también los modelos básicos de predicción de series temporales a corto y medio plazo. El curso hará que el estudiante sea capaz de extraer conclusiones útiles del análisis estadístico y econométrico de los datos del sector/empresa turística analizado.	BÁSICA	1	4
LEGISLACIÓN EMPRESARIAL TURÍSTICA	El curso abordará temas legales indispensables para el desarrollo de las actividades turísticas como reglamentos, normativas, ordenanzas y leyes que rigen a este sector. Además, el curso comprende el derecho laboral y comercial en organizaciones turísticas.	BÁSICA	1	4

Continúa...

Nombre de la Asignatura Curso o Módulo	Descripción de Contenidos Mínimos	Eje de formación	No. Ciclo	No. De Créditos
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	El curso comienza enseñando sobre la importancia del desarrollo de planes para alcanzar los objetivos de las empresas, expone la metodología para la realización de un análisis integral de las organizaciones con el fin de encontrar necesidades, problemas u oportunidades que tienen las mismas. Además el curso proporciona una metodología útil para el desarrollo e implantación de estrategias que contribuyan al crecimiento de las organizaciones turísticas.	INTEGRACIÓN	1	4
GESTIÓN DE CALIDAD Y DE LOS PROCESOS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	El curso comprende el estudio de la administración del área de operaciones de las empresas turísticas, expone sobre la importancia e influencia que tiene el área de operaciones en la eficiencia, la eficacia y la competitividad de las empresas turísticas. Además, el curso desarrolla en el alumno las habilidades requeridas para abordar con éxito la gestión de la calidad y de los procesos operativos de las empresas de este sector.	PROFESIONAL	1	4
MARKETING TURÍSTICO	El curso comienza explicando los conceptos fundamentales del marketing tradicional enfocados a promocionar las cualidades turísticas que tiene un determinado lugar. El curso incluye temas sobre estrategias de mercado, estrategias de venta, estudios de mercado y posicionamiento. Además, el curso ayuda al estudiante a identificar necesidades que tiene el mercado turístico y a desarrollar productos o servicios que satisfagan dichas necesidades, las que incluyen el factor seguridad como uno de los ejes del curso.	PROFESIONAL	1	4
TICS APLICADAS AL TURISMO	El curso comienza explicando sobre la importancia de los sistemas informáticos integrados en las empresas e instituciones del sector turístico, profundiza sobre los principales aspectos de software para la gestión y dirección de empresas que realizan todo tipo de actividades turísticas. El curso capacita al estudiante en la toma de decisiones sobre la necesidad de aplicación y/o elección de tecnologías de la información y las comunicaciones en el ámbito de las empresas e instituciones turísticas.	PROFESIONAL	1	4

Continúa...

Nombre de la Asignatura Curso o Módulo	Descripción de Contenidos Mínimos	Eje de formación	No. Ciclo	No. De Créditos
ESTADÍSTICA APLICADA AL TURISMO	El curso se enfoca en introducir al estudiante en el razonamiento estadístico, haciendo especial hincapié en la resolución de problemas de índole económica y empresarial, preferentemente relacionados con la empresa turística. Enseña las herramientas básicas de estadística descriptiva, abarca también el estudio de los números índice y las series temporales. Desarrolla en el estudiante el conocimiento intuitivo de la inferencia estadística y muestra las principales fuentes de datos estadísticos relacionadas con el mundo del turismo.	PROFESIONAL	1	4
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: ANÁLISIS DEL ECOTURISMO	El curso comienza ofreciendo una visión general de la investigación de mercados, su contenido y sus objetivos en relación con la toma de decisiones comerciales y con los problemas a resolver, expone el proceso de investigación de mercados y su importancia dentro del proceso de toma de decisiones en marketing, abarca el estudio de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación y enfoques de investigación, planificación y desarrollo de trabajos de campo relacionados al ecoturismo, y por último la aplicación de un conjunto de técnicas de análisis de datos.	PROFESIONAL	2	4
IMPACTO ECONÓMICO DEL ECOTURISMO	El curso comienza abordando aspectos básicos que deben tenerse en cuenta a la hora de analizar un mercado turístico, y más concretamente el ecoturismo. Ayuda al estudiante a identificar las bases de datos existentes, que contribuyan al análisis de la oferta y la demanda turística y que lo orienten en la estimación de los impactos económicos del turismo. Capacita al alumno para que sepa interpretar el contexto en el que se desarrolla el sector turístico, analizando los cambios socioeconómicos y turísticos experimentados en los últimos años y las posibles tendencias y retos de cara al futuro.	PROFESIONAL	2	4
COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN ÁREAS ECOLÓGICAS	El curso comienza aproximando los conocimientos básicos de la psicología social aplicada al turismo. Enseña al estudiante sobre los factores que influyen en el comportamiento del turista en áreas ecológicas o protegidas y el proceso de decisión de compra. El curso contribuye al entendimiento del turista a fin de establecer estrategias que le ayuden a llegar a él.	PROFESIONAL	2	4

Continúa...

Nombre de la Asignatura Curso o Módulo	Descripción de Contenidos Mínimos	Eje de formación	No. Ciclo	No. De Créditos
TENDENCIAS INTERNACIONALES EN DESTINOS ECOTURÍSTICOS	El curso comienza con el análisis de las causas que contribuyen al desarrollo del ecoturismo y al mismo tiempo, estudia las principales tendencias en cuanto a productos y servicios, gestión del destino o comunicación dentro del mismo. Aborda un contenido eminentemente práctico en el que abundarán los estudios de casos entre ciudades mundiales e históricas.	PROFESIONAL	2	4
TURISMO ÉTICO	El curso empieza con la enseñanza de la ética profesional y personal y su aplicación en la ejecución de actividades turísticas. Incentiva al estudiante a cuidar y velar por la protección de las áreas turísticas. Además, se centra en crear conciencia en los estudiantes sobre la importancia que tiene el turismo en el país y la difusión del mismo como un destino seguro.	INTEGRACIÓN	2	2
PROMOCIÓN DEL ECOTURISMO	El curso especializa al estudiante en los aspectos más relevantes de la promoción del ecoturismo en sus distintos niveles: producto - servicio, paquete y ciudad. Dentro de estos aspectos abarca detalladamente contenidos sobre estrategias de precio, marca y producto para incentivar la actividad ecoturística.	PROFESIONAL	2	4
ELABORACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS (ECOTURÍSTICOS)	El curso se centra en dotar al alumno de los conocimientos y capacidades necesarias para el diseño, la creación y comercialización de nuevos productos turísticos que tengan capacidad de ser competitivos y generen ventajas sostenibles para las empresas o instituciones que los promueva.	PROFESIONAL	2	4
TESIS	Involucrará el desarrollo de un trabajo de investigación aplicada original y observando los contenidos del programa.	ESPECIALIZACIÓN	3	8

Fuente: Autor de la Investigación

ii. Metodología de aprendizaje

Siendo la modalidad del programa semipresencial, la metodología es participativa, en equipo multi e interdisciplinario, basado en resolución de problemas, estudios de casos, así también se ha implementado el uso de la aula virtual a través de la cual el docente y los estudiantes interactúan académicamente, desarrollando competencias, conocimientos y habilidades, promoviendo la comunicación flexible e inmediata, se incentiva la discusión efectiva, a través de la cual se comparten criterios, se plantean debates para determinar estrategias y acciones de tipo gerencial.

El enfoque constructivista conecta a la realidad, no solo es espectador, sino que es un sujeto participativo e involucrado, según el modulo se utilizan instrumentos que permiten atravesar el camino de la investigación y análisis complejo que pueden ir de lo cuantitativo a lo cualitativo, a través de instrumentos como son encuestas, entrevistas observación activa o pasiva, test.

La modalidad semipresencial está organizada de la siguiente manera:

- Módulos con actividades presenciales de 32 horas, más trabajo autónomo de 96 horas.
- Módulos con actividades presenciales de 16 horas, más trabajo autónomo de 48 horas.

La metodología de trabajo en aulas virtuales responderá a la aplicación de del método B-learning que combina los métodos sincrónico y asincrónico de las modalidad distancia.

El Método Sincrónico es aquel en el que el emisor y el receptor del mensaje en el proceso de comunicación operan en el mismo marco temporal, es decir, para que se pueda transmitir dicho mensaje es necesario que las dos personas estén presentes en el mismo momento. Son: Videoconferencias con pizarra, audio o imágenes como el NetMeeting de Internet, Chat, chat de voz, audio y asociación en grupos virtuales.

El Método Asincrónico, transmite mensajes sin necesidad de coincidir entre el emisor y receptor en la interacción instantánea. Requiere necesariamente de un lugar físico y lógico (como un servidor, por ejemplo) en donde se guardarán y tendrá también acceso a los datos que forman el mensaje. Son: Email, foros de discusión, dominios web, textos, gráficos animados, audio, presentaciones interactivas, video, cassettes, etc.

El Método B-Learnig (Combinado asincrónico y sincrónico), donde la enseñanza y aprendizaje de la educación virtual se hace más efectiva. Es un método de enseñanza flexible, porque no impone horarios. Estimula la comunicación en todo momento e instante.

El trabajo autónomo es planificado en base a una **plataforma educativa virtual**, con material diseñado para este entorno educativo. Cada docente puede optar por realizar actividades autónomas que son monitoreadas en la plataforma, estas pueden ser:

- ***Trabajo colaborativo:*** Bajo un diseño de entornos de aprendizaje constructivista en el entorno virtual, en el que se comprometa a los maestrantes a la elaboración del conocimiento, se pone a su consideración el trabajo colaborativo como una actividad de aprendizaje, que se puede llevar a cabo dentro de diversas

estrategias de enseñanza. Es necesario indicar que la aplicación de cualquier estrategia depende de la asignatura, el estilo de aprendizaje de los estudiantes, de los recursos instrumentales y los materiales disponibles.

Los entornos virtuales permiten “el acceso a información compartida y compartir, a su vez, las herramientas de elaboración del conocimiento para ayudar a los estudiantes a elaborar de forma conjunta un conocimiento socialmente compartido. Los problemas se resuelven cuando un grupo de personas trabaja para desarrollar una concepción común del problema, de manera que sus energías puedan centrarse en su resolución.

El trabajo colaborativo consiste en definir una actividad que involucre la participación de un grupo determinado de maestrantes, para cumplir la consigna establecida. Es una estrategia que saca del contexto solitario al estudiante y lo invita a interactuar intercambiando no sólo conocimientos sino capacidades, trabajando en grupo en pos de una meta común. Este tipo de aprendizaje pone al estudiante ante la necesidad de comunicarse con los otros, intercambiar ideas y opiniones, poner en acción los contenidos teóricos en función de la resolución de un problema.

- ***Foros académicos:*** Que serán planteados por el docente y permitirán la participación activa de los maestrantes sobre la temática definida.

- **Evaluaciones en línea:** La plataforma virtual permite al docente plantear evaluaciones en línea sobre temáticas específicas que requieran un medio de evaluación de orientación cognitivista.

El trabajo autónomo tutorado se desarrolla exige al estudiante una dedicación diaria de cuatro horas en un lapso de aproximado de 2 días luego de la fase presencial del módulo.

iii. Sistema de evaluación y promoción de los estudiantes

El reglamento de estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército en el artículo 164 señala “**Calificación de las evaluaciones en posgrado**”.- Todas las evaluaciones se califican sobre diez (10) puntos, la nota final de la asignatura se calcula de acuerdo a las ponderaciones establecidas por el profesor.”

El sistema de aprobación de asignaturas de postgrado es el siguiente:

Tabla 92: Sistema de aprobación de asignaturas de postgrado

Calificación	Equivalente	Correspondencia
A	10,00 a 09,01	Aprobado
B	09,00 a 08,01	Aprobado
C	08.00 a 07,00	Aprobación con condición
D	06,99 a 00,00	Reprobado
F		Reprobado por exceso de faltas

iv. Sistema de evaluación de profesores e investigadores

El sistema de evaluación ha sido establecido por la ESPE

Tabla 93: Sistema de evaluación de profesores e investigadores

Calificación	Equivalente	Correspondencia
A	De 3.30 a 4.00	continúa como docente en el programa
B	De 3,00 a 3,30	continúa con condición
C	menor a 3	no continúa en el programa

v. Programa de investigación

Considerando como importante la satisfacción responsable y ética de las necesidades del consumidor enmarcada dentro de las políticas públicas del Buen Vivir, la Maestría en Planificación Turística y Ecoturismo propone el desarrollo de un programa integral dedicado a su análisis y estudio.

El programa incluye cuatro proyectos de investigación que se soportan en el objetivo nacional “Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible” y promueve las políticas:

- Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.
- Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad.
- Promover cambios en los patrones de consumo, a fin de reducir su componente importado y suntuario, generalizar hábitos saludables y prácticas solidarias, social y ambientalmente responsables.

El programa plantea una nueva perspectiva de turismo responsable, que sea una herramienta ética para la elaboración y desarrollo de proyectos turísticos que respondan a las necesidades dentro de este sector.

a) Línea y sub líneas de investigación

Este programa responde a las siguientes líneas de investigación establecidas por la institución y sub líneas adaptadas al programa, a continuación el detalle:

- Línea de Investigación: Economía Aplicada y Administración
- Sublínea de investigación: Producción

b) Grupos de investigación

Se han conformado equipos de investigación para ejecutar proyecto de vinculación academia-sociedad, integrados de la siguiente manera:

- 1 Coordinador técnico magister o doctorando
- 1 Coordinador general magister o doctorando.
- 1 Coordinador administrativo (funcionario de la institución en la cual se ejecuta el proyecto)
- De 1 hasta 2 maestrantes egresados ejecutores del proceso investigativo.

En la actualidad los grupos de investigación aprobados por la Institución y a los cuales se alinea el programa son:

- Economía Aplicada

c) Proyectos tentativos

- Estudios sobre comportamiento del turista en áreas ecológicas para el diseño de nuevos servicios turísticos.
- Desarrollo de proyectos turísticos sostenibles para las organizaciones y para la economía del país.

- Análisis de mercado con enfoque internacional para el impulso de las actividades turísticas nacionales en mercados internacionales.
- Propuestas estratégicas de marketing para proyectos, productos o servicios turísticos basados en las necesidades que tiene el sector público y privado.

d) Prácticas de investigación

- Desarrollo de proyectos.
- Consultoría y asistencia técnica.
- Observación de campo.

e) Espacios de difusión de la generación de conocimiento

El programa de maestría en planificación turística y ecoturismo tiene como entregable final una tesis de grado, que constituye un informe de investigación aplicada, el resultado permite aportar a la organización pública o privada a través de estrategias que fortalecen y coadyuvan a la solución de problemas relacionados con todo tipo de actividad turística y el aprovechamiento de nuevas oportunidades dentro del sector, en forma práctica e inmediata.

Los espacios de publicación son:

- Revista de Emprendorismo y Estrategia Empresarial ISSN 13905910, publicación del Departamento de Ciencias

Económicas, Administrativas y de Comercio al cual pertenece el programa.

- Congreso de Economía Aplicada y Administración – Edición anual
- Congreso Internacional de CLADEA (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración) – Edición Anual, la ESPE es miembro de esta RED.
- Gestión turística – Unidad de Investigación y Desarrollo – Instituto de Turismo – Universidad Austral de Chile – (Sitio web: www.gestionturistica.cl)
- Investigaciones turísticas – Edición Semestral – Universidad de Alicante – España

vi. Programa de vinculación

En torno al objetivo nacional “Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible” que promueve las políticas:

- Impulsar el diseño y desarrollo de proyectos turísticos y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.
- Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas de calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad.

- Promover cambios en los patrones de consumo – uso en actividades y destinos turísticos generando preferencia por lo nacional.

Los proyectos se viabilizarán a través de convenios de cooperación interinstitucional entre la Universidad de Fuerzas Armadas – ESPE y las Instituciones cooperantes.

f. Anexo 2. Propuesta de asignaturas en base a competencias y resultados de aprendizaje

Tabla 94: Propuesta de asignaturas en base a competencias y resultados de aprendizaje

OBJETIVOS / COMPETENCIAS	ASIGNATURA	CRÉDITOS	NIVEL	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Obtener una visión global sobre aspectos los generales y específicos que giran alrededor de las actividades turísticas y de la empresa, así como la realidad actual en la que se encuentra el turismo a nivel nacional e internacional.	PRINCIPIOS Y FUNDAMENTOS DEL TURISMO SOSTENIBLE	2	BÁSICA	Comprende la realidad nacional e internacional de la actividad turística. Aplica principios de responsabilidad social en el desarrollo de actividades turísticas. Conoce las técnicas cualitativas y cuantitativas dentro de la investigación de mercados. Comprende los aspectos legales que intervienen en el desarrollo de las actividades turísticas.
	GESTIÓN AMBIENTAL ASOCIADA AL DESARROLLO DEL TURISMO	4	BÁSICA	
	MÉTODOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS DEL TURISMO	4	BÁSICA	
	LEGISLACIÓN EMPRESARIAL TURÍSTICA	4	BÁSICA	
Sintetiza las variables que están involucradas en la planificación, ejecución, dirección y control de las actividades turísticas, así como para la toma de decisiones a través de la determinación de estrategias alienadas a los objetivos que tiene la organización.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	4	INTEGRACIÓN	Diseña un plan de marketing aplicado al turismo, desplegando sus acciones operativas. Comprende los procesos que están inmersos en la empresa al momento de ejecutar las actividades turísticas. Domina las tecnologías de la información y de la comunicación dentro del sector turístico. Aplica razonamiento estadístico para el análisis de datos e información. Aplica las técnicas cualitativas y cuantitativas que están involucradas con la investigación de mercados ecoturísticos.
	GESTIÓN DE CALIDAD Y DE LOS PROCESOS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS	4	PROFESIONAL	
	MARKETING TURÍSTICO	4	PROFESIONAL	
	TICS APLICADAS AL TURISMO	4	PROFESIONAL	
	ESTADÍSTICA APLICADA AL TURISMO	4	PROFESIONAL	
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: ANÁLISIS DEL ECOTURISMO	4	PROFESIONAL	

Continúa...

OBJETIVOS / COMPETENCIAS	ASIGNATURA	CRÉDITOS	NIVEL	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
Identificar el panorama global en el que se desarrolla el ecoturismo, así como el conjunto de variables que determinan las directrices a seguir, a fin de innovar con nuevos proyectos ecoturísticos sostenibles y sustentables para la organización y el país.	IMPACTO ECONÓMICO DEL ECOTURISMO	4	PROFESIONAL	Comprende el impacto económico para la organización y el estado, que generan las actividades del turismo ecológico. Conoce el comportamiento que tiene el turista y maneja estrategias para llegar a él.
	COMPORTAMIENTO DEL TURISTA EN ÁREAS ECOLÓGICAS	4	PROFESIONAL	
	TENDENCIAS INTERNACIONALES EN DESTINOS ECOTURÍSTICOS	4	PROFESIONAL	Aplica modelos ecoturísticos que se encuentran implementados en otros países. Aplica principios de responsabilidad social en el desarrollo de la actividad turística. Crea estrategias para incentivar la práctica del ecoturismo. Diseña y elabora proyectos turísticos innovadores que suplen necesidades y aprovechan oportunidades.
	TURISMO ÉTICO	2	INTEGRACIÓN	
	PROMOCIÓN DEL ECOTURISMO	4	PROFESIONAL	
	ELABORACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS (ECOTURÍSTICOS)	4	PROFESIONAL	
	TESIS	8	ESPECIALIZACIÓN	
	Total	68		

Fuente: Autor de la investigación

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

1. El turismo era considerado exclusivamente como una actividad de entretenimiento que se la realizaba en tiempos libres, sin embargo, al pasar los años se ha convertido en una actividad que contribuye a la reactivación de la economía y al desarrollo de un país.
2. El turismo es una actividad que se ha desarrollado de tal manera, que hoy en día, se vincula con otras áreas del conocimiento como la psicología, la sociología, la política, la geografía, la educación, entre otras, a fin de proponer nuevas soluciones a los problemas específicos dentro del sector turístico.
3. El Ecuador es un país en el cual el turismo representa una de sus principales fuentes de riqueza, el desarrollo de actividades turísticas ha crecido notablemente en pocos años, sin embargo, la formación de profesionales dentro del sector ha sufrido un estancamiento, especialmente en la educación.
4. El éxito que han tenido otros países latinoamericanos en cuanto al turismo, se debe a: el apoyo brindado por cada uno de sus gobiernos, la explotación de la riqueza natural que poseen, y la formación especializada de profesionales en el área.
5. Para la creación de cualquier tipo de proyecto turístico, es necesario realizar una investigación de mercados, a fin de obtener un panorama claro y completo del escenario en el cual se situaría dicho proyecto.
6. El turismo es un sector que cambia y crece constantemente, por esta razón, los programas académicos que buscan formar profesionales en esta área,

deben permanecer atentos a las nuevas tendencias que se originan dentro de este campo de estudio.

7. Existe interés por parte de los profesionales de tercer nivel que trabajan en el sector turístico, en cursar un programa de maestría orientado a la planificación turística y al ecoturismo en instituciones nacionales.
8. El sector privado no considera importante que un profesional posea un título de cuarto nivel en turismo para formar parte de su personal, ya que el atributo más valorado es la experiencia en el campo.
9. La propuesta del programa de maestría en turismo que se desea implementar en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE considera los criterios y opiniones más importantes obtenidas durante la investigación.

6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda implementar programas educativos, cursos o capacitaciones sobre la importancia del turismo como reactivador de la economía y como oportunidad de negocio.
2. Implementar planes educativos que provean a los profesionales competencias, habilidades y percepciones que estén alineadas a las exigencias sociales y culturales que demande la actividad turística.
3. Previo a la oferta del programa, se recomienda incorporar profesionales y a especialistas en el área al cuerpo docente, para garantizar una formación integral de los maestrantes.
4. Previo a la elaboración del proyecto final del programa de maestría en turismo, se recomienda tomar en cuenta las sugerencias hechas por parte de los ejecutivos entrevistados de las empresas privadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Masters, MBA y Rankings de Escuelas de Negocios. (2013). *Masters, MBA y Rankings de Escuelas de Negocios*. Obtenido de <http://master-business.com>.
- Academic Ranking of World Universities. (2012). <http://www.shanghairanking.com/SubjectEcoBus2012.html#>.
- ADEV. (30 de Junio de 2011). *Agencia de Desarrollo Económico Virtual*. Obtenido de [Prosustentable.com: http://adev.prosustentable.com/asesoria/fortalecimiento-para-los-gobiernos-i/la-matriz-bcg-o-matriz-boston-consulting-group/](http://adev.prosustentable.com)
- Apostolopououlos, Y., Leivadi, S., & Yiannakis, A. (2002). *The sociology of Tourism. Theoretical and empirical investigations*.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi, Manabí, Ecuador.
- Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Chihuahua, México: Edición Electrónica.
- Cabrera Zagal, P., & Estay Araya, J. (s.f.). *Perfiles Profesionales*. Obtenido de [Micarrera.com](http://micarrera.com).
- Castillo Nechar, M. (2005). Inter, multidisciplinaria e hibridación en los estudios socioculturales del turismo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
- Castillo Nechar, M. (2007). La investigación y epistemología del turismo: aportes y retos. *Revista Hospitalidade*.
- CEAACES. (2011). *Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/>
- CEAACES. (2013). *Informe General sobre la Evaluación, Acreditación y Categorización de las Universidades y Escuelas Politécnicas*. Quito.

- Ceballos, C., Martín, C., Ruiz, A., Sanz, C., & Vázquez, I. (2010). *La Formación en Turismo en España: Pasado, Presente y Futuro en el nuevo espacio europeo de educación superior*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Consejo de Evaluación Superior. (30 de 11 de 2013). *CES*. Obtenido de Instituciones de Educación Superior: <http://www.ces.gob.ec/ies/universidades-y-escuelas-politecnicas/por-categoria/categoria-a>
- Crece Negocios. (5 de Marzo de 2010). *CreceNegocios.com*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/analisis-interno-fortalezas-y-debilidades/>
- Ferrier, J. F. (1854). *Institutos de Metafísica*. St. Andrews: University of St. Andrews.
- Gerza. (2012). *www.gerza.com*.
- Goldstone, P. (2003). Turismo. *Más allá del ocio y del negocio*.
- Hanke, J., & Wichern, D. (2006). *Pronósticos en los negocios*. México: Pearson Educación.
- Hernández Sampieri, R., Fernández - Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw Hill interamericana.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: PEARSON Educación.
- Lonely Planet. (23 de Octubre de 2012). Obtenido de www.lonelyplanet.com.
- López Bonilla, J. M., & López Bonilla, L. M. (2004). Evolución y Perspectivas del Enfoque Interdisciplinario en el Estudio del Turismo. *Estudios Turísticos*, 31-44.
- Ministerio de Turismo. (Junio de 2013). *Servicios del Ministerio de Turismo*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec>.

- Nicolau Mota, K. C. (2003). La Integración Multidisciplinar en la Educación del Turismólogo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*.
- Nur, F. (1 de Febrero de 2011). <http://florencianur.blogspot.com/>.
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2012). <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Portal de Relaciones Públicas. (2012). *RRPPnet*. Obtenido de www.rrppnet.com.ar.
- Ramírez Gallegos, R. (2012). *Instructivo al Reglamento de Presentación y Aprobación de Proyectos de Carreras y Programas de Grado y Postgrado de las Universidades y Escuelas Politécnicas*. Quito.
- Redacción Sociedad. (04 de 12 de 2013). Luego de la recategorización menos universidades podrán ofertar PhD. *El Comercio*.
- Rosales, W. (19 de Febrero de 2013). *Análisis de la Empresa y su entorno*. Obtenido de <http://werobe01.blogspot.com/2013/02/macro-y-microambiente.html>
- Salgado, J. G. (2006). *Análisis Situacional*. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>.
- SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Sierra Bravo, R. (1999). *Técnicas de investigación Social. Teoría y Ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Fundamentos del Marketing*. Mc Graw Hill.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Tourism y Leisure - Europraxis. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*. Quito.
- Trout, J., & Rivkin, S. (1996). *El nuevo posicionamiento*. México D.F.: Ed. Limusa.

Turismo, M. d. (2011). *La experiencia turística en el Ecuador*. Quito.

UNESCO. (1997). *Áreas y subáreas del conocimiento*.

Universidad Carlos III de Madrid. (2012).

http://www.uc3m.es/portal/page/portal/titulaciones_grado/tur.

Universities, 4. I. (2013). *4 International Colleges & Universities*. Obtenido de

<http://www.4icu.org/>

ANEXOS

1. Número de profesionales existentes en el Distrito Metropolitano de Quito



Oficio Nro. SENESCYT-SGES-2013-3371-CO

Quito, D.M., 30 de agosto de 2013

Señor
Franklin David Macas Romero
En su Despacho

De mi consideración:

En referencia al oficio s/n, de agosto 28, mediante el cual solicitó información respecto a los profesionales que existen en el Distrito Metropolitano de Quito en las áreas de: programas generales, educación, humanidades y artes, ciencias sociales, educación comercial y derecho, servicios y sectores desconocidos no especificados.

Al respecto, comunico que una vez revisada la información existente en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, SNIESE, proporcionada por las instituciones de educación superior, misma que se actualiza permanentemente, se han encontrado los siguientes datos que corresponden al total de titulados registrados por las instituciones de educación superior ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito en las áreas requeridas:

ÁREA	SUBÁREA	No. TITULADOS
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	Ciencias sociales y del comportamiento ✓	19.128
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	Derecho ✗	23.856
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	Educación comercial y administración ✓	52.169
Ciencias sociales, educación comercial y derecho	Periodismo e información ✓	6.511
Educación	Formación de personal docente y ciencias de la educación ✗	40.621
Humanidades y artes	Artes ✓	6.078
Humanidades y artes	Humanidades ✓	1.553
Servicios	Protección del medio ambiente ✓	548
Servicios	Servicios de seguridad ✗	137
Servicios	Servicios personales ✓	4.072
TOTAL GENERAL		154.673

Fuente: SNIESE 2013

Atentamente,

María del Pilar Troya Fernández
SUBSECRETARIA GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

pc/eip/ng

2. Encuesta aplicada a los estudiantes prospectos del programa de maestría en turismo

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES PROSPECTO PARA EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO DE LA ESPE			
OBJETIVO: Determinar las características de demanda primaria y selectiva de los estudiantes prospecto para el programa de Maestría en Turismo de la ESPE.			
INSTRUCCIONES:			
1. Responda con sinceridad las preguntas que se plantean a continuación.			
2. Marque con una "X" su respuesta dentro del casillero.			
FECHA: _____			
INFORMACIÓN			
1. GÉNERO:	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>	
2. LUGAR DE RESIDENCIA:	Norte <input type="checkbox"/>	Centro <input type="checkbox"/>	Sur <input type="checkbox"/>
	Valle de Cumbayá <input type="checkbox"/>		Valle de los Chillos <input type="checkbox"/>
3. TÍTULO DE TERCER NIVEL OBTENIDO:	Licenciatura <input type="checkbox"/>		Ingeniería <input type="checkbox"/>
4. DENOMINACIÓN DEL TÍTULO OBTENIDO (p.e. Ingeniería Civil, Licenciatura en Ciencias de la Educación):			
5. ¿ACTUALMENTE TRABAJA?		Sí <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
	<i>Si su respuesta es 'NO', pase a la pregunta No. 12</i>		
6. MODALIDAD DE TRABAJO		Relación de Dependencia <input type="checkbox"/>	Profesional Independiente <input type="checkbox"/>
	<i>Si su respuesta es 'PROFESIONAL INDEPENDIENTE', pase a la pregunta No. 11</i>		
7. UBICACIÓN DE LA EMPRESA:	Norte <input type="checkbox"/>	Centro <input type="checkbox"/>	Sur <input type="checkbox"/>
	Valle de Cumbayá <input type="checkbox"/>		Valle de los Chillos <input type="checkbox"/>
8. LA EMPRESA EN LA QUE TRABAJA PERTENECE AL SECTOR:		Público <input type="checkbox"/>	Privado <input type="checkbox"/>
9. ¿EN QUÉ ÁREA DESEMPEÑA SU TRABAJO?	Alta Dirección <input type="checkbox"/>		Gerencia Media <input type="checkbox"/>
	Nivel Operativo <input type="checkbox"/>		
	<i>Por favor pase a la pregunta No. 12</i>		
10. ¿QUÉ ACTIVIDAD DESARROLLA COMO PROFESIONAL INDEPENDIENTE?	Consultoría <input type="checkbox"/>		Comercio <input type="checkbox"/>
	Trabajos por contrato <input type="checkbox"/>		Otro: _____
INFORMACIÓN DE DEMANDA			
11. ¿HA CONSIDERADO COMPLEMENTAR SU FORMACIÓN PROFESIONAL CON UNA MAESTRÍA?	Sí <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
	<i>Si su respuesta es 'NO', se agradece su colaboración</i>		
12. ¿CONSIDERARÍA COMPLEMENTAR SU FORMACIÓN PROFESIONAL CON UNA MAESTRÍA EN TURISMO?	Sí <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>
	<i>Si su respuesta es 'SI', pase a la pregunta No. 15</i>		
13. ¿POR QUÉ RAZÓN NO COMPLEMENTARÍA SU FORMACIÓN CON UNA MAESTRÍA EN TURISMO?	Desconozco si la ofertan en el país <input type="checkbox"/>		
	No tengo interés en el área <input type="checkbox"/>		
	No lo he considerado en mis planes <input type="checkbox"/>		
	Otro: _____		
	<i>Muchas gracias por su colaboración.</i>		
14. ¿EN QUÉ CLASE DE INSTITUCIÓN OPTARÍA POR ESTUDIAR UNA MAESTRÍA EN TURISMO?	Universidades, Escuelas Politécnicas nacionales <input type="checkbox"/>		
	Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero. Mencione el País y la Universidad en la cuál estudiaría el programa de maestría. <input type="checkbox"/>		_____

15. DE ACUERDO A SU CRITERIO, ¿QUÉ PREFERENCIA TIENE USTED POR LAS SIGUIENTES UNIVERSIDADES NACIONALES?				
UNIVERSIDAD	DE MUCHA PREFERENCIA	DE PREFERENCIA	DE POCA PREFERENCIA	NADA DE PREFERENCIA
Escuela Politécnica del Ejército - ESPE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad San Francisco de Quito - USFQ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pontificia Universidad Católica del Ecuador - PUCE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad Central del Ecuador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad de las Américas - UDLA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad Tecnológica Equinoccial - UTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universidad de Especialidades Turísticas - UCT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ¿QUÉ NIVEL DE IMPORTANCIA TIENEN LOS SIGUIENTES FACTORES AL MOMENTO DE DECIDIRSE POR LA INSTITUCIÓN EN LA QUE CURSARÍA EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO?				
FACTORES	DE MUCHA IMPORTANCIA	DE IMPORTANCIA	DE POCA IMPORTANCIA	NADA DE IMPORTANCIA
Prestigio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cuerpo Docente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trayectoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. ¿DE QUÉ MANERA HA OBTENIDO INFORMACIÓN DE LA OFERTA DE PROGRAMAS DE MAESTRÍA?				
Referencias Personales	<input type="checkbox"/>	Sitios web de educación	<input type="checkbox"/>	
Revistas especializadas	<input type="checkbox"/>			
18. ¿QUÉ VALOR ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO?				
\$ 3000,00 - \$4800,00	<input type="checkbox"/>			
\$ 4900,00 - \$6700,00	<input type="checkbox"/>			
\$ 6800,00 - \$8600,00	<input type="checkbox"/>			
19. ¿QUÉ FORMA DE PAGO CONSIDERARÍA USTED, UNA VEZ QUE HA OPTADO POR UN PROGRAMA DE MAESTRÍA?				
Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>			
Crédito educativo	<input type="checkbox"/>			
Pago de contado	<input type="checkbox"/>			
INFORMACIÓN PROGRAMA DE MAESTRÍA				
20. SIENDO 1 EL DE MAYOR PREFERENCIA Y 4 EL DE MENOR PREFERENCIA, ORDENE LOS SIGUIENTES CAMPOS DE ESTUDIO HACIA LOS CUÁLES DEBERÍA ORIENTARSE UN PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO.				
CAMPOS DE ESTUDIO			ORDEN DE PREFERENCIA	
Gestión Turística: Se encarga del desarrollo, regulación, fomento y control de actividades turísticas.			-----	
Planificación Turística: Consiste en la elaboración de uno o varios instrumentos que contribuyen al desarrollo de un lugar en torno a la actividad turística			-----	
Investigación aplicada al turismo: Consiste en la recopilación y análisis de información relacionada al impacto económico, social y cultural de las actividades turísticas en un lugar determinado.			-----	
Economía del turismo: Estudio del turismo como sector económico, su impacto sobre la economía y el funcionamiento de los mercados turísticos			-----	
21. A SU CRITERIO, ¿QUÉ INTERÉS TIENE POR EL ESTUDIO DE CADA UNO DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE TURISMO DENTRO DE UN PROGRAMA DE MAESTRÍA?				
TIPO DE TURISMO	DE MUCHO INTERÉS	DE INTERÉS	DE POCA INTERÉS	NADA DE INTERÉS
Turismo Sol y Playa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de Aventura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecoturismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo Cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de Bienestar y Salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo de Negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turismo Rural y Comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. SIENDO 1 EL DE MAYOR IMPORTANCIA Y 5 EL DE MENOR IMPORTANCIA, ORDENE LOS SIGUIENTES FACTORES PARA LA ELECCIÓN DE UN PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO?				
FACTORES			ORDEN DE IMPORTANCIA	
El perfil del cuerpo docente, es un factor de decisión importante para la elección del programa de maestría.			-----	
Un programa de maestría que combine jornadas en territorio nacional y jornadas en el extranjero contribuyen a un acercamiento a la realidad mundial.			-----	

Conocer la metodología que se aplicará en el programa es necesario, previo a decidirse por uno en especial.		_____	
El programa de maestría debe ser aplicable a la realidad actual del país.		_____	
La inclusión y variedad de cursos electivos para especialización hacen a un programa de maestría más atractivo.		_____	
23. ¿QUÉ CONTENIDOS CONSIDERA USTED QUE DEBERÍA ABORDARSE EN UNA MAESTRÍA EN TURISMO? SEÑALE 3 TEMÁTICAS			
	1. _____		
	2. _____		
	3. _____		
24. ¿QUÉ RÉGIMEN DE ESTUDIOS CONSIDERA MÁS ADECUADO PARA UN PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO? ESCOJA SÓLO UNA OPCIÓN			
	Maestría de tiempo completo (lunes a viernes)	<input type="checkbox"/>	
	Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes)	<input type="checkbox"/>	
	Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)	<input type="checkbox"/>	
			GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3. Solicitudes para levantamiento de encuestas en el Ministerio de Turismo

Quito, DM 27 de Septiembre de 2013

Señor Ab. Jonathan Maya Romero
DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO DEL MINISTERIO
DE TURISMO
Presente.-

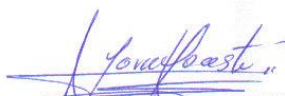
De nuestras consideraciones:

La Escuela Politécnica del Ejército "ESPE" comprometido con el desarrollo profesional del país, buscando diversificar su oferta académica de posgrado, se encuentra desarrollando un estudio de mercado para la creación del Programa de Maestría en Turismo; proyecto que está siendo desarrollado como requisito para la obtención del Título de Ingeniería en Mercadotecnia del señor Carlos David Guilcapi Durán; con este antecedente solicitamos su colaboración para que el mencionado señor pueda desarrollar el trabajo investigativo a través de una entrevista personal dirigida a usted, la misma que será grabada como parte del respaldo de la investigación.

La información que se obtenga será tratada con absoluta confidencialidad, y servirá de insumo para el proyecto integral que será presentado a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT).

Agradecemos de antemano la atención prestada.

Atentamente,



Dr. Marco Soasti
Director de la Carrera de Ingeniería en
Mercadotecnia




Sr. Carlos Guilcapi
Responsable de la Investigación

RECIBIDO
27/09/2013


ANEXO:

Copia de cédula de ciudadanía, papeleta de votación y carnet estudiantil.

Quito, DM 27 de Septiembre de 2013

Señor Ing. Pedro Zuluaga Alvarado
 COORDINADOR GENERAL ADMINISTRATIVO FINANCIERO DEL
 MINISTERIO DE TURISMO
 Presente.-


De nuestras consideraciones:

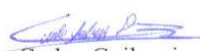
La Escuela Politécnica del Ejército "ESPE" comprometido con el desarrollo profesional del país, buscando diversificar su oferta académica de posgrado, se encuentra desarrollando un estudio de mercado para la creación del Programa de Maestría en Turismo; proyecto que está siendo desarrollado como requisito para la obtención del Título de Ingeniería en Mercadotecnia del señor Carlos David Guilcapi Durán; con este antecedente solicitamos su autorización para que el mencionado señor pueda desarrollar el trabajo investigativo a través de encuestas vía electrónica (encuestas de Google) a todos los funcionarios que conforman el Ministerio de Turismo.

La información que se obtenga será tratada con absoluta confidencialidad, y servirá de insumo para el proyecto integral que será presentado a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT).

Agradecemos de antemano la atención prestada.

Atentamente,


 Dr. Marco Soasti
 Director de la Carrera de Ingeniería en
 Mercadotecnia


 Sr. Carlos Guilcapi
 Responsable de la Investigación



RECIBIDO
 27 SEP 2013
 10:59
 MINISTERIO DE TURISMO
 Henry Santomero
 3999 333, Ect. 1016.

ANEXO:

Copia de cédula de ciudadanía, papeleta de votación y carnet estudiantil.

4. Solicitud para levantamiento de encuestas en Escuela Héroes del Cenepa

ESPE
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CAMINO A LA EXCELENCIA

MEMORANDO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**
COORDINACIÓN DEL ÁREA DE MERCADOTECNIA - DISTANCIA

13-058-ESPE -DCEAC-AMKT-ghe

Sangolquí, 18 de octubre de 2013

PARA: DOCENTE DCEAC HÉROES DEL CENEPA

DE : TCRN. DE E.M. FERNANDO VINIACHI
**DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

ASUNTO: Solicitando aplicación de encuesta

Mucho agradeceré a usted, señor@ docente, se digne aplicar la encuesta que se adjunta en la empresa u organización (independiente de la ESPE) en la que usted labora, esta información es requerida para el proceso de planificación de nuevos programas de posgrado (con especialidad en turismo) para nuestro Departamento, si su actividad laboral es exclusivamente la docencia, deberá aplicar el formato a una empresa u organización en la que laboren profesionales del perfil específico de la carrera que se solicita.

La información deberá ser entregada hasta el lunes 28 de octubre en coordinación con el equipo de egresados del Departamento que se encuentran levantando la información para el estudio de demanda.

DIOS, PATRIA Y LIBERTAD


FERNANDO VINIACHI
TCRN. DE E.M
DIRECTOR DEL DCEAC

5. Instructivo para llenar encuestas, requerimiento por parte del Ministerio de Turismo.

INSTRUCTIVO PARA LLENAR ENCUESTA REFERENTE AL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO EN LA ESPE

El presente instructivo tiene como objetivo, proporcionar las indicaciones respectivas para llenar la encuesta referente al Programa de Maestría en Turismo en la ESPE.

La encuesta tiene como objetivo:

- ✓ Determinar las características de demanda primaria y selectiva de los estudiantes prospecto para el programa de Maestría en Turismo de la ESPE.

INDICACIONES GENERALES:

PASO 1. A su correo electrónico le llegará un mensaje que contiene la dirección de la página web de la encuesta on-line. Link: <http://goo.gl/7Ci2gd>

The screenshot shows a Gmail interface. The main email is from 'Maestría Turismo ESPE' (mburismoespe@gmail.com) received at 22:12. The subject is 'Programa de Maestría en Turismo ESPE'. The body of the email contains the following text:

Estimado/a, buen día

La presente encuesta tiene como fin determinar los requerimientos, necesidades y preferencias que tiene usted, para acopiarlos a una nueva propuesta de Programa de Maestría en Turismo en la Escuela Politécnica del Ejército "ESPE"

Favor Ingrese a la siguiente página web para llenar la encuesta <http://goo.gl/7Ci2gd>

La información brindada por usted es muy importante para nosotros y será tratada con absoluta confidencialidad. Al finalizar esta encuesta, usted podrá acceder a una colección de libros en formato PDF relacionados al Sector Turístico.

Quedamos a la espera de su confirmación y desde ya, le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Muy Atentamente,
Carlos Quilcapi D.
Encargado el Proyecto
Escuela Politécnica del Ejército.

On the right side of the email, there are several advertisements, including 'Maestría Turismo ESPE', 'Cursos Fibra Óptica', 'Maestría en Ing. Civil', 'Curso de Poligrafía', and 'Estudio Ingles en Canadá'.

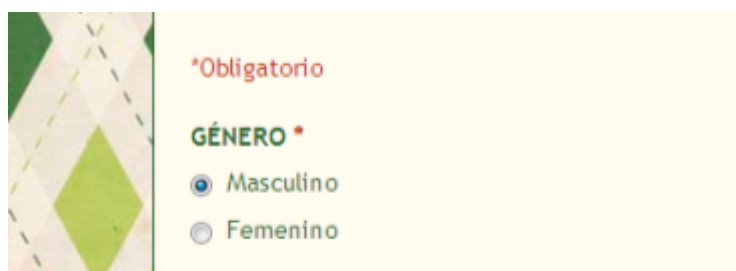
PASO 2. Una vez que usted ingrese a la dirección de la página web, automáticamente se abrirá la encuesta que debe ser llenada.



The image shows a browser window displaying a Google Form. The browser tabs include 'Ryan O'Shaughnessy- No Name Lyric Vid...', 'Programa de Maestría en Turismo ESPE', 'ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES...', and 'Google URL Shortener'. The address bar shows the URL: https://docs.google.com/forms/d/1Mf_SfYfytochLHx225eW037dhybctzBvVrtzF/viewform. The form title is 'ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES PROSPECTO PARA EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO DE LA ESPE'. Below the title, there is a red asterisk indicating a required field. The form contains three sections, each with a red asterisk:

- GÉNERO ***
 - Masculino
 - Femenino
- LUGAR DE RESIDENCIA ***
 - Norte
 - Sur
 - Centro
 - Valle de las Chillas
 - Valle de Cumbayá
- TÍTULO DE TERCER NIVEL OBTENIDO ***
 - Licenciatura
 - Ingeniería

PASO 3. Para cada una de las preguntas que se presentan en la encuesta, escoja solamente UNA RESPUESTA, de la siguiente forma:



The image shows a close-up of the 'GÉNERO' question in the survey form. The question is marked as '*Obligatorio' in red. The options are 'Masculino' and 'Femenino', both with radio buttons. The 'Masculino' option is selected, indicated by a blue dot in the center of the radio button.

PASO 4. Luego de que haya respondido las preguntas iniciales, continuarán presentándose más opciones, de acuerdo a lo que haya respondido.

The image shows two screenshots of a survey form titled "ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES PROSPECTO PARA EL PROGRAMA DE MAESTRÍA EN TURISMO DE LA ESPE".

The top screenshot displays the following questions:

- GÉNERO ***
 - Masculino
 - Femenino
- LUGAR DE RESIDENCIA ***
 - Norte
 - Sur
 - Centro
 - Valle de los Chillos
 - Valle de Combará
- TÍTULO DE TERCER NIVEL OBTENIDO ***
 - Licenciatura
 - Ingeniería
- SEÑALACIÓN DEL TÍTULO OBTENIDO**
Especifique el nombre del título obtenido.
Ver en Paralelos
- ¿ACTUALMENTE TRABAJA? ***
 - Sí
 - No

The bottom screenshot shows the question:

FORMACIÓN PROFESIONAL

¿Ha considerado complementar su formación profesional con una maestría? *

- Sí
- No

Both screenshots include "Volver" and "Continuar" buttons at the bottom.

La fecha límite para llenar la presente encuesta es hasta el **día viernes 18 de Octubre del 2013**, pasada esta fecha, no se aceptarán más respuestas.

Si existe alguna inquietud en alguna pregunta de la encuesta, favor comuníquese con:

Carlos Guilcapi D.

Encargado del Proyecto

Escuela Politécnica del Ejército

E-mail: carlosdavidguilcapi@gmail.com

Teléfonos: 0992683991 – 0999365570 – 022532924

6. Texto del correo electrónico enviado a participantes del programa

Estimado/a, buen día

En días anteriores nos comunicamos con usted, con el fin de hacerle llegar la presente encuesta cuyo objetivo es determinar los requerimientos, necesidades y preferencias que tiene su empresa para acoplarlos a una nueva propuesta de Programa de Maestría en Turismo en la Escuela Politécnica del Ejército “ESPE”

Favor ingrese a la siguiente página web para llenar la encuesta:

<http://goo.gl/7Ci2gd>

La información brindada por usted es muy importante para nosotros y será tratada con absoluta confidencialidad. Al finalizar esta encuesta, usted podrá acceder a una colección de libros en formato PDF relacionados al Sector Turístico.

Quedamos a la espera de su confirmación y desde ya, le anticipamos nuestros más sinceros agradecimientos.

Muy Atentamente,

Carlos Guilcapi D.
Encargado el Proyecto.
Escuela Politécnica del Ejército.

7. Texto del correo electrónico solicitando entrevistas a Empresas del Sector.

Estimada Sr/a
Presente.-

De nuestras consideraciones:

La Escuela Politécnica del Ejército “ESPE” comprometido con el desarrollo profesional del país, buscando diversificar su oferta académica de posgrado, se encuentra desarrollando un estudio de mercado para la creación del Programa de Maestría en Turismo; proyecto que está siendo desarrollado como requisito para la obtención del Título de Ingeniería en Mercadotecnia del señor Carlos David Guilcapi Durán; con este antecedente solicitamos su autorización para que el mencionado señor pueda desarrollar el trabajo investigativo a través de una entrevista personal a su distinguida empresa, la misma que será grabada como parte del respaldo de la investigación.

La información que se obtenga será tratada con absoluta confidencialidad, y servirá de insumo para el proyecto integral que será presentado a la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT).

Agradecemos de antemano la atención prestada.

Muy Atentamente,

Carlos Guilcapi D.

Encargado del Proyecto

Escuela Politécnica del Ejército

E-mail: carlosdavidguilcapi@gmail.com

Teléfonos: 0992683991 – 0999365570 – 022532924

8. Guía de preguntas para entrevistas a empresas

PREGUNTAS PARA ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Análisis de mercado para el diseño de contenidos del Programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE para el año 2014

- ✓ **Entrevistado:**
- ✓ **Entrevistador:** Carlos Guilcapi D.
- ✓ **Lugar:**
- ✓ **Fecha:**
- ✓ **Objetivo:** Determinar las características de demanda primaria y selectiva de las empresas por el perfil del profesional del programa de Maestría en Turismo de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Tipo de empresa:

Sector económico al que pertenece:

Tamaño de la empresa:

¿Cuál es el proceso que sigue la empresa para la contratación de nuevo personal?

¿Qué medios de reclutamiento externo emplea la empresa? (*informal, agencias de empleo, anuncios o internet*)

A primera vista, ¿cuál es la característica o características más importantes que valora su empresa en un profesional que desea ocupar cargos dentro del área de turismo? (*experiencia, escolaridad, o conocimiento, entre otros*)

¿Cuándo se va a contratar a un nuevo empleado, se da prioridad a aquellos profesionales que cuentan con título superior al resto de postulantes?

¿Existe un proceso especial para el reclutamiento, selección y contratación de un empleado que se va a encargar de la gestión de las actividades de turismo?

¿En qué áreas se requiere que los empleados del área de turismo aumenten su conocimiento u obtengan una especialización?

¿Existe algún plan que motive a los empleados actuales a estudiar una maestría o un programa de especialización?

¿Se ha solicitado a los empleados actuales actualizar sus conocimientos en áreas que la empresa considera importantes?

9. Codificación del cuestionario para el ingreso al Software SPSS 15

Tabla 95: Codificación del cuestionario para el ingreso al Software SPSS 15

CODIFICACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA EL INGRESO AL SOFTWARE SPSS 15											
NO.	VARIABLE ESPECÍFICA	TIPO DE VARIABLE		TIPO DE PREGUNTA				ESCALA	OPCIONES DE RESPUESTA	CÓDIGO	OBSERVACIONES
		NUMÉRICA	ALFANÚM.	CERRADA	ABIERTA	SEMICER.	MÚLTIPLE				
1	Género		X	X				Nominal	Masculino	1	
			X	X				Nominal	Femenino	2	
2	Residencia		X				X	Nominal	Norte	1	
			X				X	Nominal	Sur	2	
			X				X	Nominal	Centro	3	
			X				X	Nominal	Valle de los Chillos	4	
			X				X	Nominal	Valle de Cumbayá	5	
			X				X	Nominal	Otro	6	
3	Título		X			X			Licenciatura	1	
			X			X			Ingeniería	2	
			X			X			Otro	3	Escriba de denominación del título que posee
4	Denominación		X		X			Razón			
5	Trabaja		X	X			X	Nominal	Si	1	
			X	X			X	Nominal	No	2	
6	Modalidad Trabajo		X	X			X	Nominal	Relación de Dependencia	1	
			X	X			X	Nominal	Profesional Independiente	2	
7	Empresa		X	X			X	Nominal	Norte	1	
			X	X			X	Nominal	Sur	2	
			X	X			X	Nominal	Centro	3	
			X	X			X	Nominal	Valle de los Chillos	4	
			X	X			X	Nominal	Valle de Cumbayá	5	
			X	X			X	Nominal	Otro	6	
8	Tipo Empresa		X	X			X	Nominal	Público	1	
			X	X			X	Nominal	Privado	2	
9	Área Trabajo		X	X			X	Nominal	Alta Dirección	1	
			X	X			X	Nominal	Gerencia Media	2	
			X	X			X	Nominal	Nivel Operativo	3	
10	Actividad Independiente		X	X			X	Nominal	Consultoría	1	
			X	X			X	Nominal	Comercio	2	

			X	X			X	Nominal	Trabajos por contrato	3	
			X	X			X	Nominal	Otro	4	
11	Proyección Profesional		X	X			X	Nominal	Si	1	
			X	X			X	Nominal	No	2	
12	Demanda		X	X			X	Nominal	Si	1	
			X	X			X	Nominal	No	2	
13	Razón Decline		X	X			X	Nominal	Desconozco si la ofertan en el país	1	
			X	X			X	Nominal	No tengo interés en el área	2	
			X	X			X	Nominal	No lo he considerado en mis planes	3	
			X	X			X	Nominal	Otro	4	
14	Clase Institución		X	X			X	Nominal	Universidades, Escuelas Politécnicas nacionales	1	
			X	X			X	Nominal	Universidades y Escuelas Politécnicas en el extranjero.	2	
15	Institución Extranjera				X			Razón			País y nombre de la universidad
16	Preferencia ESPE		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
	Preferencia USFQ		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
	Preferencia PUCE		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
	Preferencia UCE		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
	Preferencia UDLA		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
Preferencia		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1		

	UTE		X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
			X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
	Preferencia UCT		X	X			X	Likert	De mucha preferencia	1	
			X	X			X	Likert	De preferencia	2	
			X	X			X	Likert	De poca preferencia	3	
17	Importancia Prestigio		X	X			X	Likert	Nada de preferencia	4	
			X	X			X	Likert	De mucha importancia	1	
			X	X			X	Likert	De importancia	2	
			X	X			X	Likert	De poca importancia	3	
	Importancia Docencia		X	X			X	Likert	Nada de importancia	4	
			X	X			X	Likert	De mucha importancia	1	
			X	X			X	Likert	De importancia	2	
			X	X			X	Likert	De poca importancia	3	
	Importancia Trayectoria		X	X			X	Likert	Nada de importancia	4	
			X	X			X	Likert	De mucha importancia	1	
			X	X			X	Likert	De importancia	2	
			X	X			X	Likert	De poca importancia	3	
Importancia Precio		X	X			X	Likert	Nada de importancia	4		
		X	X			X	Likert	De mucha importancia	1		
		X	X			X	Likert	De importancia	2		
		X	X			X	Likert	De poca importancia	3		
18	Información Oferta		X	X			X	Nominal	Referencias Personales	1	
			X	X			X	Nominal	Sitios Web de Educación	2	
			X	X			X	Nominal	Revistas Especializadas	3	
19	Precio		X	X			X	Nominal	\$ 3000,00 - \$4800,00	1	
			X	X			X	Nominal	\$ 4900,00 - \$6700,00	2	
			X	X			X	Nominal	\$ 6800,00 - \$8600,00	3	
20	Forma pago		X	X			X	Nominal	Tarjeta de crédito	1	
			X	X			X	Nominal	Crédito educativo	2	
			X	X			X	Nominal	Pago de contado	3	
21	Preferencia GT	X			X			Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X			Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X			Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X			Ordinal	Cuarto lugar	4	
	Preferencia PT	X			X			Ordinal	Primer lugar	1	

		X			X			Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X			Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X			Ordinal	Cuarto lugar	4	
	Preferencia IT	X			X			Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X			Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X			Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X			Ordinal	Cuarto lugar	4	
	Preferencia ET	X			X			Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X			Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X			Ordinal	Tercer lugar	3	
X				X			Ordinal	Cuarto lugar	4		
22	Interés TSP		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés TAV		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés ECO		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés TCU		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés TBS		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés TNE		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	
			X	X			X	Likert	De poco interés	3	
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4	
	Interés RCO		X	X			X	Likert	De mucho interés	1	
			X	X			X	Likert	De interés	2	

			X	X			X	Likert	De poco interés	3		
			X	X			X	Likert	Nada de interés	4		
23	Cuerpo Docente	X			X			Ordinal	Primer lugar	1		
		X			X			Ordinal	Segundo lugar	2		
		X			X			Ordinal	Tercer lugar	3		
		X			X			Ordinal	Cuarto lugar	4		
		X			X			Ordinal	Quinto lugar	5		
	Combinación Jornadas	X			X				Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X				Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X				Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X				Ordinal	Cuarto lugar	4	
		X			X				Ordinal	Quinto lugar	5	
	Metodología	X			X				Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X				Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X				Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X				Ordinal	Cuarto lugar	4	
		X			X				Ordinal	Quinto lugar	5	
	Aplicabilidad	X			X				Ordinal	Primer lugar	1	
		X			X				Ordinal	Segundo lugar	2	
		X			X				Ordinal	Tercer lugar	3	
		X			X				Ordinal	Cuarto lugar	4	
		X			X				Ordinal	Quinto lugar	5	
Cursos Electivos	X			X				Ordinal	Primer lugar	1		
	X			X				Ordinal	Segundo lugar	2		
	X			X				Ordinal	Tercer lugar	3		
	X			X				Ordinal	Cuarto lugar	4		
	X			X				Ordinal	Quinto lugar	5		
24	Contenidos Maestría		X		X			Razón				
25	Régimen Estudios		X	X			X	Nominal	Maestría de tiempo completo (lunes a viernes)	1		
			X	X			X	Nominal	Maestría ejecutiva (clases dos fines de semana por mes)	2		
			X	X			X	Nominal	Maestría ejecutiva (clases cuatro días seguidos al mes)	3		

10. Sílabus de contenidos relacionados a los contenidos propuestos para el programa de maestría en turismo.

Los contenidos que se presentan a continuación, son tomados del Programa de ‘Máster Universitario en Turismo Urbano y Gestión de Empresas Turísticas’ que es ofertado por la Universidad de Santiago de Compostela – España.

1. Dirección estratégica de organizaciones turísticas

Objetivos de la asignatura

Proporcionar una metodología útil para el desarrollo e implantación de estrategias que permitan organización y valorar la información de la empresa turística y su entorno.

Contenidos

Tema 1.- Naturaleza de la dirección estratégica en las organizaciones turísticas

Tema 2.- El entorno en el sector turístico

Tema 3.- Recursos y capacidades de las organizaciones turísticas

Tema 4.- Dirección estratégica en las organizaciones turísticas: Misión, propósito y objetivos

Tema 5.- Tipo de estrategias

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ NAVAS LÓPEZ, J.E. y GUERRAS MARTÍN, L.A. (2002). La dirección estratégica de la empresa: Teoría y aplicaciones. Editorial Civitas.
- ✓ JOHNSON, G., SCHOLLES AND WHITTINGTON (2006). Dirección estratégica. Prentice Hall.
- ✓ Parra, E. y Calero F. (2006). Gestión y Dirección de empresas turísticas. McGraw Hill.
- ✓ HILL, C.W. L.; JONES, G.R. (2005): Administración Estratégica: Un enfoque integrado. McGraw Hill.
- ✓ COMPLEMENTARIA:
- ✓ GRANT, R. (1996): Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. Editorial Civitas

Competencias

- Definir el turismo urbano y la gestión de empresas turísticas.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a la realidad del sector turístico.

- Integrar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- Describir las competencias y funciones de las áreas de gestión.
- Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar potencialidades y amenazas.
- Utilizar técnicas de recogida y análisis de datos.

Competencias transversales:

- Aplicar la ética a la toma de decisiones.
- Demostrar de razonamiento crítico.
- Analizar y sintetizar la información.
- Trabajar en equipos de composición diversa.
- Formular propuestas creativas y emprendedoras.

Metodología de la enseñanza

En las sesiones expositivas se explicarán los contenidos fundamentales de los temas que conforman el programa, enfatizando los aspectos especialmente relevantes y las relaciones entre ellos. En las sesiones interactivas se trata de que el alumnado aplique los conceptos teóricos. Para ello, se realizarán estudios de casos, se comentarán lecturas de textos y artículos, y se debatirán cuestiones planteadas por el profesorado. Con las lecturas se pretende que el alumnado acceda a fuentes de información relevantes, en especial a revistas de interés, que se familiaricen con autores destacados, conozcan experiencias empresariales de interés para la asignatura y desarrollen la capacidad de análisis, síntesis y de argumentación. Adicionalmente, deberán elaborar un trabajo en grupo y exponerlo oralmente en clase. El grupo se conformará utilizando tres criterios: titulación de procedencia del alumnado, experiencia profesional previa y país de origen. Con todo ello se pretende estimular el trabajo cooperativo y desarrollar las habilidades analíticas, de argumentación y comunicación. Las actividades de trabajo personal del alumnado incluyen, además del tiempo dedicado al estudio, la lectura del material proporcionado por el profesorado, la búsqueda de información en la biblioteca, hemeroteca o bases de datos y la elaboración de un trabajo en grupo. En las tutorías, el profesorado orientará al alumnado sobre los casos prácticos, lecturas, trabajos y exposiciones; también servirán para solventar dudas y solucionar problemas a los que se enfrente el alumnado en el proceso de aprendizaje y como canal de retroalimentación sobre los resultados del mismo

Sistema de evaluación

La evaluación continua tendrá en cuenta todas las actividades desarrolladas por el alumnado (participación activa en el análisis de casos, debate y comentario de lecturas, artículos o noticias de prensa, presentación y exposición de trabajos, etc.). La evaluación de los conocimientos teóricos se realizará mediante un examen.

- a.- Examen 50% de la calificación
- b.- Participación en análisis de casos, debate de lecturas... 25%

c.- Realización, presentación y defensa de trabajo en grupo 25%.

Para poder sumar b y c es necesario que el alumnado obtenga como mínimo un 2,5 sobre 5 en el examen teórico.

La nota agregada deberá ser igual o superior a 5 puntos sobre 10 para superar la asignatura.

Para poder superar la materia, es necesario que el alumnado asista como mínimo a un 80% de las clases.

Los alumnos repetidores se someterán al mismo régimen de evaluación que el alumnado ordinario.

Tiempo de estudio y trabajo personal

La materia tiene una carga de trabajo de 3 ECTS, correspondiendo 1 crédito a 25 horas de trabajo total, que se reparte de la siguiente forma:

Horas presenciales: incluyen las horas de presencia en el aula

Horas no presenciales; incluyen las horas de trabajo autónomo del alumno

Se estima que por cada hora de clase teórica, el alumno debe dedicar otra hora al estudio de la materia. Por cada hora de seminario, el alumno dos horas par ala realización de las actividades. Con respecto a los exámenes se estima que por cada hora, el alumno debe estudiar dos horas y media.

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

Antes de comenzar cada tema, el alumno debe leer el tema por un manual (señalado en la bibliografía básica)

Para poder participar y resolver los casos prácticos es imprescindible que el alumno previamente los prepare y los debata en el grupo de trabajo.

2. Investigación de mercados: Análisis del turismo urbano

Objetivos de la asignatura

El programa de la asignatura “Investigación de mercados: análisis del turismo urbano” se ha diseñado con la finalidad de ofrecer al alumnado una visión general de la investigación de mercados, su contenido y sus objetivos en relación con la toma de decisiones comerciales y con los problemas a resolver, de forma que se consiga su iniciación en el ejercicio de la investigación. En concreto, se pretende que el alumnado que cursen esta materia lleguen a conocer y comprender los siguientes aspectos:

- 1) El proceso de investigación de mercados y su importancia dentro del proceso de toma de decisiones en marketing.
- 2) El sector de la investigación de mercados
- 3) Fuentes de información utilizadas en investigación comercial
- 4) Técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación y enfoques de investigación.
- 5) Planificación y desarrollo de trabajos de campo.
- 6) Aplicación de un conjunto de técnicas de análisis de datos.

Contenidos

Parte i: introducción a la investigación comercial

Tema 1: concepto y naturaleza de la investigación comercial

Tema 2: el proceso de investigación

Parte ii: técnicas de recogida de información

Tema 3: investigación cualitativa y cuantitativa

Tema 4: medición de actitudes

Parte iii: muestreo y análisis de datos

Tema 5: técnicas de muestreo

Tema 6: tratamiento de datos y conclusiones

Bibliografía básica:

- ✓ Trespalacios, J.A.; Vázquez, R.; Bello, L. (2005). Investigación de mercados. Thomson
- ✓ Elizagárate, V. (2008). Marketing de ciudades, Pirámide.

Bibliografía complementaria:

- ✓ Grande, I. y Abascal, E. (2007). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. ESIC.
- ✓ Hair, J.; Anderson, R.; Tatham, R.; Black, W. (1999). Análisis multivariante. Prentice-Hall.
- ✓ Luque, T. (2000). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados (coordinador), Pirámide.
- ✓ Miquel, S.; Bigné, F.; Lévy, J.; Cuenca, A. y Miquel, M.J. (1997). Investigación de mercados. Mc Graw Hill.

Competencias

Con esta asignatura se pretende que el alumnado:

- Explique la importancia de la disposición de información dentro del proceso de toma de decisiones en el ámbito del turismo urbano.
- Afronte las técnicas de obtención de datos y su posterior tratamiento
- Realice la vertiente práctica de la materia

Metodología de la enseñanza

Para el desarrollo teórico de la materia, el enfoque docente adoptado recoge distintos recursos metodológicos. La lección magistral se combina con debates sobre aspectos teóricos, comentarios críticos, etc.

Las horas prácticas se cubren con diversos ejercicios y, principalmente, con la realización de un estudio de mercado a lo largo del curso, que se desarrolla a medida que el alumnado va adquiriendo los conocimientos teóricos necesarios

para su realización; para ello se hace necesario el recurso al ordenador (acceso a internet y uso del programa estadístico SPSS).

El trabajo de investigación se realizará, preferentemente, de forma individual. El alumnado elegirá un tema de investigación sobre el cual buscará información secundaria (en revistas, prensa, manuales, internet) que lo acercará al tema. Este será el punto de partida para la realización del trabajo de investigación que culminará con su presentación a final de curso.

Una técnica didáctica de gran relevancia en esta asignatura es la tutoría, ya que al alumnado se les presentan frecuentes dudas sobre el trabajo, especialmente en la etapa de planteamiento del proyecto.

Sistema de evaluación

La evaluación de esta asignatura se realizará mediante un examen teórico/práctico. La puntuación final estará determinada por la calificación obtenida en el examen (50%) y la valoración, tanto de las tareas propuestas (20%), como del trabajo de investigación realizado a lo largo del curso (30%). Resulta imprescindible la asistencia a clase. Se considera que ésta debe ser de al menos el 80% de las horas presenciales.

Tiempo de estudio y trabajo personal

Es recomendable complementar las clases teóricas con la consulta de los libros de texto recomendados por el profesor así como con la preparación de lecturas y temas transversales que podrán ser expuestos por el alumno y debatidos en clase. Las clases prácticas exigen un esfuerzo por parte del alumnado para reunirse con su grupo de trabajo para realizar el estudio de mercado. De modo global, la preparación de la materia supone una dedicación de 75 horas de trabajo total del alumno, de las que 27 horas son presenciales y 48 corresponden a horas de trabajo no presencial.

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

Se recomienda que el alumnado trabaje sobre la materia a lo largo de todo el curso, lleve al día los conceptos teóricos y procure su aplicación práctica al estudio de mercado que está desarrollando paralelamente. Además, resulta conveniente la comunicación con el profesor a través de las tutorías personales

3. Dirección de calidad y de los procesos en las empresas turísticas

Objetivos de la asignatura

El objeto de la asignatura es el estudio de la Administración del área de Operaciones de las empresas turísticas, a través de los siguientes objetivos docentes:

-Familiarizar al alumno con la Administración de Operaciones, su definición y su contenido.

- Reconocer la influencia del área de Operaciones en la eficiencia, la eficacia y la competitividad de las empresas turísticas.
- Desarrollar en el alumno las habilidades requeridas para abordar con éxito la gestión de la calidad y de los procesos operativos de las empresas turísticas.

Contenidos

Introducción a la administración de operaciones de las empresas turísticas: La Función de Operaciones y la Dirección de Operaciones de una empresa turística; Eficiencia operativa y Umbral de Rentabilidad; Eficacia y Adaptación Competitiva de las Empresas Turísticas.

La calidad en la empresa turística: La conceptualización de la Calidad y sus diversos enfoques. La Calidad como ausencia de errores; La Calidad como necesidades, expectativas y satisfacción del cliente.

El proceso operativo de una empresa turística: Definición, tipología e importancia estratégica de los procesos operativos de las empresas turísticas; técnicas de gestión de proyectos turísticos; organización de las operaciones enfocada en el proceso operativo; organización de las operaciones enfocada en el producto turístico; la "personalización masiva" de los servicios turísticos.

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ BESTERFIELD, D.H. (1995): Control de Calidad. Prentice Hall.
- ✓ CAMPANELLA, J. (1992): Principios de los costes de la calidad. Díaz de Santos.
- ✓ CROSBY, P.B. (1987): La calidad no cuesta. CECSA. México.
- ✓ CUATRECASAS ARBÓS, LL. (2000): Organización de la producción y dirección de operaciones: sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.
- ✓ DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.A. y OTROS (1995): Dirección de operaciones. Aspectos estratégicos en la producción y los servicios. McGraw-Hill.
- ✓ DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.A. y OTROS (1995): Dirección de operaciones. Aspectos tácticos y operativos en la producción y los servicios. McGraw-Hill.
- ✓ FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. y otros (2006): Estrategia de Producción. Mc. Graw Hill
- ✓ FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. y VÁZQUEZ ORDÁS, C. (1995): Dirección de la Producción (vol. 2). Cvitas
- ✓ HARRINGTON, H.J. (1990): El coste de la mala calidad. Díaz de Santos, Madrid.
- ✓ HEIZER, J. y RENDER, B. (2007): Dirección de la producción. Decisiones estratégicas. Prentice Hall.

- ✓ HEIZER J. y RENDER, B. (2008): Dirección de la producción. Decisiones tácticas. Prentice Hall.
- ✓ ISHIKAWA, K. (1994): ¿Qué es el Control Total de Calidad?. Parramón.
- ✓ JAMES, P. (1997): Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio. Prentice Hall.
- ✓ JURAN, J.M. (1951): Quality Control Handbook. McGraw–Hill.
- ✓ JURAN, J.M. Y GRYNA, F.M. (1993): Manual de control de la calidad. McGraw–Hill.
- ✓ KUME, H. (1985): Herramientas estadísticas básicas para el mejoramiento de la calidad. Parramón.
- ✓ LLORÉNS MONTES, F.J., FUENTES FUENTES, M. (2000): Calidad total. Fundamentos e implantación. Pirámide.
- ✓ TAGUCHI, G. (1989): Quality Engineering in Production Systems. McGraw Hill.
- ✓ ZEITHAML, V.A. y otros (1993): Calidad total en la gestión de servicios. Díaz de Santos. Madrid.

Competencias de la titulación a las que contribuye la asignatura:

- G1 Definir el turismo urbano y la gestión de empresas turísticas.
- G2 Aplicar los conocimientos adquiridos a la realidad del sector turístico.
- G4 Tomar decisiones a partir de información incompleta o limitada.
- E2 Aplicar las técnicas de gestión empresarial en el sector turístico.
- E3 Dirigir y gestionar los distintos tipos de organizaciones turísticas.

Competencias transversales:

- T1 Aplicar la ética a la toma de decisiones.
- T2 Demostrar de razonamiento crítico.
- T3 Analizar y sintetizar la información.

Resultados de aprendizaje:

Tras cursar esta asignatura, el alumno será capaz de:

- Aplicar los conceptos y la terminología básica de la materia.
- Establecer las dimensiones de la misión de operaciones y formular la estrategia de la función de operaciones.
- Gestionar la calidad de una empresa turística.
- Emplear herramientas para la toma de decisiones en el área de operaciones

Metodología de la enseñanza

En las sesiones expositivas se explicarán los contenidos fundamentales de los temas que conforman el programa, enfatizando los aspectos especialmente relevantes y las relaciones entre ellos, y se proporcionará al alumnado la información adicional necesaria que permita un adecuado desarrollo del proceso de aprendizaje autónomo. Las sesiones interactivas se orientarán a la aplicación práctica de los conocimientos teóricos y al desarrollo de habilidades directivas.

Para ello se realizarán estudios de casos y resolución de ejercicios, se comentarán lecturas de textos y artículos, y se debatirán cuestiones planteadas por el profesorado. Con estas actividades se pretende que el alumnado acceda a fuentes de información relevantes, en especial a revistas de interés, que se familiaricen con autores destacados, conozcan experiencias empresariales de interés para la asignatura y desarrollen las capacidades de análisis, síntesis y resolución de problema. Adicionalmente, deberán elaborar trabajos, tanto individuales como en grupo. Con todo ello se pretende estimular el trabajo cooperativo y desarrollar las habilidades analíticas, de argumentación y comunicación. Las actividades de trabajo personal del alumnado incluyen, además del tiempo dedicado al estudio, la lectura del material proporcionado por el profesorado, la búsqueda de información en la biblioteca, hemeroteca o bases de datos y la elaboración de un trabajo que será guiado por el profesorado en las horas de tutoría en grupo reducido. En éstas se orientará al alumnado sobre los trabajos a realizar, casos prácticos y lecturas; también servirán para solventar dudas y solucionar problemas a los que se enfrente el alumnado en el proceso de aprendizaje y como canal de retroalimentación sobre los resultados del mismo.

Sistema de evaluación

La evaluación continua tendrá en cuenta todas las actividades desarrolladas por el alumnado (participación activa en el análisis de casos, debate y comentario de lecturas o artículos, presentación y exposición de trabajos, etc.).

Se valorarán aspectos tales como la claridad y capacidad expositiva, el dominio de la terminología propio de la materia, la participación activa, y el resultado de un examen final centrado fundamentalmente en la evaluación de los conocimientos adquiridos

En la programación docente anual de la asignatura se fijará el peso concreto de cada una de las actividades. En su conjunto, suponen el 50% de la calificación final; el restante 50% se obtendrá de un examen final.

Tiempo de estudio y trabajo personal

Clases expositivas: 9 horas

Clases interactivas: 12 horas

Tutorías: 3 horas

Horas de evaluación: 3

Total trabajo presencial en el Aula: 27

Lecturas recomendadas, actividades en biblioteca y similares: 12 horas

Escritura de Ejercicios conclusiones u otros trabajos: 7 horas

Estudio autónomo individual o en grupo: 22 horas

Preparación de presentaciones orales, debates o similar: 7 horas

Total de horas de trabajo personal del alumno: 48

Volumen total de trabajo: 75 horas

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

- ✓ Asistencia a clase y participación
- ✓ Análisis/Resolución de los casos y problemas propuestos
- ✓ Lecturas y vídeos recomendados

4. Derecho urbanístico y planteamiento turístico*Objetivos de la asignatura*

1. Acercar a los profesionales cualificados en la gestión pública y personal del turismo a las normativas que fijan el crecimiento y ordenación de la ciudad.
2. Entender las repercusiones que las Leyes del Suelo y de Patrimonio tienen en la ordenación de destinos turísticos urbanos.
3. Acercarse a las figuras de los Planes Generales de Organización Municipal (PGOM), Planes Especiales de Protección (PEP) y Planes Parciales.
4. Destacar la importancia que posee introducir criterios turísticos en el planeamiento urbano: las equipaciones y dotaciones turísticas, y la variable turismo en el gobierno urbanístico de la ciudad.
5. Comprender el paralelismo entre las competencias turísticas y urbanísticas en el caso gallego y español: la importancia de los niveles autonómico y municipal
- 6.- Introducirse en la comprensión de la cartografía urbanística de los PGOM y PEP. Su significación para el turismo.
- 7.- Interpretar con un nivel medio de comprensión los informes urbanísticos y la memoria de los planes.
- 8.- Formular de manera inicial planes y documentos de temática turística sobre espacios urbanos.

Contenidos

Temas:

1. La historia del urbanismo español: de la Ley del Suelo de 1956 a las normas autonómicas
2. La actividad turística como distorsionadora de las estrategias de planificación municipal
3. Los planes de ordenación urbanística: tipologías
4. Las clases del suelo
5. Espacios y cuestiones del planeamiento urbanístico especialmente sensibles a la gestión de destinos urbanos
6. Introducción a la documentación urbanística: las memorias del Plan y la información urbanística

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ Fernández, T.-R. (1990): Manual de derecho urbanístico. Publicaciones abella. Madrid
- ✓ -Folch, R. (Coord.) (2003): El territorio como sistema. Conceptos y herramientas de ordenación. Diputació de Barcelona. Barcelona.

- ✓ -Hildebrand Scheid, A. (1996): Políticas de Ordenación del Territorio en Europa. Universidad de Sevilla y Consejería de Obras Públicas y Transporte de la Junta de Andalucía. Sevilla.
- ✓ -Mazón, T. (1997): Introducción a la planificación urbana. Ed. Aguaclara. Alicante.
- ✓ -Moya González, L. (Ed.) (1994): La práctica del planeamiento urbanístico. Ed. Síntesis. Madrid.
- ✓ -Pujadas, R. y Font, J. (1998): Ordenación y planificación territorial. Ed. Síntesis. Madrid.
- ✓ -Rodríguez González, F. (Ed.) (1999): Manual de Desarrollo Local. Ed. Trea. Gijón.
- ✓ -Sánchez Goyanes, E. (Coor.) (1993): Sistema urbanístico español. Ed. Paraninfo. Madrid
- ✓ -Tarroja, A. y Camagni, R. (Coords.) (2006): Una nueva cultura del territorio. Criterios sociales y ambientales en las políticas y el gobierno del territorio. Ed. Diputació de Barcelona. Barcelona.

Competencias

G1 Definir el turismo urbano y la gestión de empresas turísticas

G3 Resolver sus más y sus menos en entornos jóvenes o poco conocidos

G4 Tomar decisiones a partir de información incompleta o limitada.

G6 Integrar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.

Y9 Describir el destino turístico como sistema.

Y12 Describir el marco legal que regula las actividades y destinos turísticos.

Y13 Aplicar instrumentos de planificación.

Competencias transversales:

T1 Aplicar la ética a la toma de decisiones.

T3 Analizar y sintetizar la información.

T4 Trabajar en equipos de composición diversa.

Metodología de la enseñanza

El curso se desarrolla a través de clases expositivas y clases interactivas.

En las clases expositivas se explicarán los principales contenidos teóricos de la materia con el apoyo de presentaciones en power point. En estas sesiones también se proporcionará a los alumnos/las información complementaria (sobre la bibliografía recomendada, páginas web de interés) que les facilite el proceso de aprendizaje autónomo.

Las sesiones interactivas estarán dedicadas a profundizar en los conceptos vistos en las clases teóricas. Teniendo para esto como base una puesta en común y un debate colectivo a partir de dos tipos de materiales: datos estadísticos y textos.

Un soporte esencial estará constituido por el aula Virtual construida para el curso, en la que los/las alumnos/las encontrarán: el programa detallado del curso;

presentaciones en power point para cada una de las clases de docencia expositiva; los textos de lectura obligatoria y otros materiales de apoyo para las sesiones de docencia interactiva.

Sistema de evaluación

La evaluación continua tendrá en cuenta todas las actividades desarrolladas por el alumnado (participación activa en el análisis de casos, debate y comentario de lecturas o artículos). En la programación docente anual de la asignatura se fijará el peso concreto de cada una de las actividades. El examen final no superará el 50% de la calificación final de la asignatura.

Criterios Ponderación mínima Ponderación máxima

Examen 30% 50%

Elaboración y presentación de un trabajo relacionado con las competencias de la asignatura 10% 30%

Actividades en el aula 20% 50%

Tiempo de estudio y trabajo personal

Toda vez que cada crédito ECTS equivale a 25 horas de trabajo para el estudiante, esta materia representa un total de 75 horas de trabajo, repartidas como sigue:

Trabajo presencial en el aula.

Docencia expositiva 9

Docencia interactiva 12

Tutorías en grupo muy reducido 3

Actividades de evaluación en el aula 3

Total horas de trabajo presencial 27

Trabajo personal del alumno/a

Estudio individual 22

Escritura de ejercicios u otros trabajos 7

Lecturas recomendadas, redacción de notas de lectura y otros ejercicios 12

Preparación de presentaciones orales, debates o similares 7

Total de trabajo personal 48

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

Asistencia y participación activa en las clases, especialmente en las sesiones de docencia interactiva. Utilización del material, lecturas y recomendaciones que se hagan al largo del curso.

5. Comportamiento del turismo urbano

Objetivos de la asignatura

A). Aproximar los conocimientos básicos de la Psicología Social aplicada al Turismo.

- B). Analizar y profundizar en las aportaciones teóricas y metodológicas que desde la Psicología Social se derivan para el estudio del hecho turístico.
- C). Favorecer el desarrollo de la perspectiva social del turismo.

Contenidos

PARTE TEÓRICA.

1. Psicología Social del Turismo.
2. Actitudes y turismo.
3. Motivación y satisfacción.

PARTE PRÁCTICA.

En esta parte de la materia se incluyen prácticas en el aula en las que se llevarán a cabo seminarios y clases prácticas (análisis de artículos, dinámicas de grupo, análisis de casos, simulaciones) que ilustren los contenidos teóricos. Se tomará contacto con la instrumentación y con el diseño de aplicaciones.

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ Arias, A. V. Morales, F.J. Nouvilas, E. Pallejá, y Martínez, J.L. (2012). Psicología social aplicada. Madrid: Panamericana.
- ✓ Castaño, J.M. (2005). Psicología Social de los viajes y del turismo. Madrid: Thomson.
- ✓ Expósito, F. y Moya, M. (2005) (Coords.). Aplicando la Psicología Social. Madrid: Pirámide.
- ✓ Martínez, V. (2006). Ocio y turismo en la sociedad actual. Madrid: McGraw-Hill.
- ✓ Morales, J.F. (2007). Psicología Social. Madrid. MCGraw-Hill.
- ✓ Moya, M. (Coord.) (1999). Prácticas de Psicología Social. Madrid: UNED.
- ✓ Pearce, P. L. (1982). The social psychology of tourist behaviour. Pergamon Press. Oxford.
- ✓ Quintanilla, I. (2002). Psicología del consumidor. Madrid: Pearson.
- ✓ San Martín, J.E. (1997). Psicosociología del Ocio y el Turismo. Archidona: Ediciones Aljibe.

Competencias

Después cursar esta materia, el alumno será capaz de:

- Aplicar el conocimiento elemental y las herramientas imprescindibles para el análisis del comportamiento individual y colectivo en su práctica profesional.
- Explicar las aportaciones teóricas y metodológicas que desde la Psicología Social se derivan para el estudio del hecho turístico.

Competencias de la titulación a las que contribuye la materia:

- Definir el turismo urbano y la gestión de empresas turísticas.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a la realidad del sector turístico.

- Comunicar información, ideas, sus más y sus menos y propuestas de solución a públicos especializados y no especializados.
- Identificar las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- Describir un destino turístico como sistema.

Competencias transversales:

Analizar y sintetizar la información.

Trabajar en equipos de composición diversa.

Metodología de la enseñanza

A) Docencia Teórica.

La docencia expositiva se concreta en clases magistrales en las que se fomentará la participación y co-participación del alumnado. Se emplearán de forma genérica medios audiovisuales, fundamentalmente presentaciones en power point, fragmentos de video, películas.

B) Docencia interactiva.

En la docencia práctica se realizarán análisis y discusión de artículos de interés, análisis de casos, simulaciones y dinámicas de grupos.

Los trabajos se harán individualmente o en grupo, con un máximo de cinco alumnos, según proceda y sea indicado por el profesor.

C) Acción tutorial.

Tutorías presenciales u on-line para atender cuestiones relacionadas con el proceso formativo.

Sistema de evaluación

Con un planteamiento general de evaluación continua, se seguirá un criterio de evaluación sumativa, con la siguiente ponderación en la puntuación final.

La calificación final se hará en función de los siguientes ítems:

Actividades en el aula:

Asistencia y participación en todas las actividades (clases teóricas, seminarios y otras actividades complementarias) 30%

Elaboración y presentación de trabajos relacionados con las competencias de la asignatura: Realización y presentación de trabajos e informes obligatorios relacionados con el contenido de la materia 20%

Lecturas comentadas, reseñas u otros trabajos voluntarios 10%.

Examen: Prueba final escrita fijada en el calendario oficial del centro 40%.

Además de la asistencia y la participación, en la evaluación común de los informes y trabajos individuales y grupales del alumno/la se valorará la calidad, pertinencia, funcionalidad y originalidad de los mismos.

Para superar la materia será necesaria una asistencia mínima del 80% a las actividades docentes presenciales programadas. Los alumnos repetidores estarán exentos de la asistencia a las actividades presenciales obligatorias, siempre y cuando las han superado con anterioridad.

Tiempo de estudio y trabajo personal

Las horas de trabajo se distribuyen como sigue:

Horas presenciales: horas de docencia expositiva, docencia interactiva, tutorías y evaluación: 27.

Tabajo personal del alumno: 48

Observaciones

Los alumnos podrán solicitar adaptaciones justificadas en la programación de la asignatura (v. gr., abordar con más profundidad un determinado tema).

6. Impacto económico del turismo urbano

Objetivos de la asignatura

Con la materia "Impacto económico del turismo urbano" se pretende que el alumno conozca los aspectos básicos que deben tenerse en cuenta a la hora de analizar un mercado turístico, y más concretamente un mercado a escala subnacional, como puede ser un destino urbano.

En concreto, es preciso que el alumno domine las herramientas, conozca las metodologías e identifique las bases de datos existentes, que le permitan el análisis de la oferta y la demanda turístico y que lo orienten en la estimación de los impactos económicos del turismo. De la misma manera también se aspira a que sepa interpretar el contexto en el que se desarrolla el sector turístico, analizando los cambios socioeconómicos y turísticos experimentados en los últimos años y las posibles tendencias y retos de cara al futuro. Para cumplir con los anteriores objetivos, se adoptará un enfoque de tipo estructural, que trata de reunir en un mismo cuadro explicativo global, el conjunto de elementos e interdependencias que operan a nivel del mercado turístico y que permiten entender los cambios que, de forma acelerada, vienen caracterizando la evolución reciente de esta actividad.

Contenidos

BLOQUE I: ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO

Tema 1: Análisis de la demanda turística

Tema 2: Análisis de la oferta turística

Tema 3: El marco institucional

Tema 4: Análisis del entorno: económico, político, sociocultural y competitivo

BLOQUE II: IMPACTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Tema 5: Impacto turístico: Concepto y tipos

Tema 6: Metodología para el análisis de los impactos económicos del turismo

Tema 7: Impacto económico del turismo en niveles subnacionales

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHILL, S. (2007): El turismo. Teoría y práctica. Ed. Síntesis. Madrid.
- ✓ TRIBE, J. (2000): Economía del ocio y del turismo. Ed. Síntesis. Madrid.

- ✓ RIVAS GARCÍA, J. (2008): Estructura y economía del mercado turístico. Septem ediciones. Oviedo.
- ✓ BRENT RITCHIE, J. R.; CHARLES, R. (1994): Travel, tourism, and hospitality research : a handbook for managers and researchers. John Wiley & Sons. New York.
- ✓ DWYER, L.; FORSYTH, P. (Eds.) (2006): International handbook on the economics of tourism. Edward Elgar, cop. Cheltenham
- ✓ LORENTE DE LAS CASAS, ET AL (2005): Economía y turismo: prácticas. McGraw-Hill. Madrid.
- ✓ MARTÍNEZ QUINTANA, V. (2006): Ocio y turismo en la sociedad actual: los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado. McGraw-Hill. Madrid.
- ✓ MOCHÓN, F. (2008): Economía y turismo. 2ª Edición. McGraw-Hill. Madrid.

Competencias

1. Competencias de la titulación a las que contribuye la asignatura:

- G2 Aplicar los conocimientos adquiridos a la realidad del sector turístico.
- G4 Tomar decisiones a partir de información incompleta o limitada.
- G6 Integrar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- E4 Identificar las tendencias y la dinámica de los mercados turísticos.
- E14 Aplicar las técnicas para evaluar el impacto económico del turismo urbano.
- E15 Utilizar técnicas de recogida y análisis de datos.

2. Competencias transversales:

- T2 Demostrar de razonamiento crítico.
- T3 Analizar y sintetizar la información.

Metodología de la enseñanza

En las clases expositivas el profesor explicará, apoyándose en programas como el power-point, o la hoja de cálculo excel, los distintos temas de la materia. El objetivo de estas explicaciones será que el alumno conozca el funcionamiento de un mercado turístico, así como los distintos tipos de impacto generados por el turismo. También se presentará la metodología existente para el análisis del impacto económico del turismo y se reflexionará sobre sus dificultades para aplicarla en niveles subnacionales

En las clases interactivas el alumno realizará ejercicios en los que tendrá que aplicar los conocimientos y técnicas aprendidas en las clases expositivas y tendrá que realizar un análisis de un mercado turístico concreto.

Sistema de evaluación

En primer lugar y en relación con la asistencia, para superar la materia, el alumno deberá asistir como mínimo al 80% de las actividades docentes presenciales programadas. En cuanto al sistema concreto de evaluación, se realizará de dos

formas distintas y complementarias. Por un lado, se realizará un examen final, sobre los contenidos de la materia. Este examen representará entre el 30% y el 50% de la nota final. Por otro lado, se realizará una evaluación continua que consistirá en dos tipos de pruebas: la realización por parte del alumno de un trabajo, en las clases interactivas, en el que tendrá que analizar un mercado turístico concreto (entre el 30% y el 50% de la nota final). La realización de ejercicios específicos en los que aplicarán técnicas vistas en las clases expositivas (entre el 10% y el 20% de la nota final).

Ponderación mínima Ponderación máxima

Examen 30% 50%

Trabajo 30% 50%

Actividades en el aula 10% 20%

Tiempo de estudio y trabajo personal

La materia equivale a 75 horas de trabajo para el alumno, de las cuales 27 serán de trabajo presencial en el aula y 48 de trabajo personal.

Las horas de trabajo personal se distribuyen en: estudio autónomo, lecturas, realización de ejercicios y trabajos, redacción de conclusiones y preparación de la materia.

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

No existen requisitos previos, si bien es recomendable que el alumno repase los conocimientos de análisis económico aplicado al turismo y las principales técnicas de análisis estadístico. Se recomienda también, que tenga unos conocimientos mínimos en el manejo de la hoja de cálculo Excel.

7. Tendencia internacionales en destinos urbanos

Objetivos de la asignatura

En los últimos años el turismo urbano ha alcanzado una gran importancia hasta el punto de que las ciudades se han convertido en importantes destinos turísticos. Más allá del tradicional segmento de negocios o de congresos, muchas se han preocupado por atraer visitantes culturales o exclusivamente recreacionales. Para lograr esos objetivos en muchas ocasiones procedieron a desarrollar ambiciosos procesos de renovación urbana o de puesta en valor de su patrimonio, entre otras estrategias.

Las nuevas tendencias del mercado turístico, con la fragmentación de los períodos vacacionales que favorecen a los destinos con mayor accesibilidad, o la búsqueda de actividades y espacios singulares, ha posicionado de manera ventajosa a los destinos urbanos. En este sentido las ciudades también se preocupan por adaptarse a los diferentes segmentos que quieren atraer desarrollando acciones y medidas que le garanticen el éxito.

Las ciudades son en el mundo actual los principales centros creadores y difusores de la innovación. Esto también se puede aplicar al turismo pudiendo observarse una interesante dinámica que las sitúa en una posición de vanguardia. Por lo tanto, el objetivo general de esta materia será el de analizar las causas que contribuyen al desarrollo del turismo urbano y al mismo tiempo estudiar las principales tendencias en cuanto a productos, gestión del destino o comunicación. Con un contenido eminentemente práctico en el que abundarán los estudios de casos, hemos hecho una división entre ciudades mundiales e históricas. Las primeras son aquellas que se encuentran en lo más alto de la jerarquía urbana y son las piezas claves del sistema mundo. En ellas los procesos de innovación son muy importantes y el turismo una de las actividades que más ha crecido. Por otro lado, trataremos también las ciudades históricas puesto que la singularidad de su espacio desencadena procesos muy interesantes en los que el turismo se convierte en un punto central de su economía aunque también puede llegar a ser una fuente de problemas.

Contenidos

Tema 1: El turismo urbano en el mundo, situación actual y tendencias

Tema 2: Turismo en ciudades históricas

Tema 3: El turismo en las grandes metrópolis

Tema 4: La apuesta por el turismo en las ciudades medias

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ CALLE, M. de la (2002): La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Ariel
- ✓ DESARROLLO turístico integral de ciudades monumentales (2003). Granada: Patronato Provincial de Turismo
- ✓ DU, G. (Ed.), (2007): Tourism and Urban Transformation. Tokyo: Kikkyo University Press
- ✓ FERNÁNDEZ, F.; PUMARES, P.; ASENSIO, A. (Eds.), (2002): Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI. Almería: Universidad
- ✓ FERRER, M. (2003): Los centros históricos en España. Teoría, estructura, cambio. Pamplona: Gobierno de Navarra
- ✓ GARCÍA, J.; TROITIÑO, M. (Coords.), (1998): Vivir las ciudades históricas: recuperación integrada y dinámica funcional. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha
- ✓ HOFFMAN, L; FAINSTEIN, S.; JUDD, D. (Eds.), (2003): Cities and visitors. Oxford: Blackwell
- ✓ LOIS, R. (Ed.), (2006): Urban Changes in Different Scales: Systems and Structures. Santiago: Universidade
- ✓ MARCHENA, M. (Ed.), (1998): Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea. Sevilla: Diputación
- ✓ MORALES, G. (Ed.), (2000): Turismo y Ciudad. Las Palmas: AGE

- ✓ PAGE, S. (1995): Urban Tourism. London: Routledge
- ✓ SANTOS, X.; LOIS, R. (Coords.), (2005): Desenvolvimento turístico sustentável en cidades históricas. Santiago-Lugo: Concellos
- ✓ SELBY, M. (2004): Understanding Urban Tourism: Image, Culture and Experience. London: Tauris

Competencias

- G1 Definir el turismo urbano y la gestión de empresas turísticas
- G3 Resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos
- G4 Tomar decisiones a partir de información incompleta o limitada.
- E6 Identificar las nuevas tendencias en la gestión de destinos urbanos.
- E7 Definir los principios de la gestión sostenible.
- E8 Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar potencialidades y amenazas.
- E13 Aplicar instrumentos de planificación.

Competencias transversales:

- T1 Aplicar la ética a la toma de decisiones.
- T2 Demostrar razonamiento crítico.
- T3 Analizar y sintetizar la información.
- T5 Formular propuestas creativas y emprendedoras.

Metodología de la enseñanza

- Comprender la importancia actual del turismo urbano
- Interpretar los procesos de innovación que tienen lugar en las ciudades y como afectan al sistema turístico
- Analizar las tendencias del turismo urbano y enmarcalas en el contexto geográfico e histórico
- Valorar el comportamiento turístico de las ciudades en función de sus características
- Adquirir las capacidades que permitan interpretar las tendencias y dar soluciones a los numerosos problemas con los que se enfrentan las ciudades en la gestión territorial del destino.

Sistema de evaluación

La evaluación será continuada. la participación y la asistencia a las clases será valorada de forma muy positiva. Con el examen lo que se pretende es que los estudiantes sepan estructurar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso. Por su parte, será obligatoria la redacción y exposición de un estudio de caso de una ciudad no gallega con lo que se quiere resaltar la capacidad del alumnado para buscar y sistematizar información. Para este trabajo no se podrá utilizar como fuente exclusiva de información internet.

Los porcentajes de cada parte de la materia en la calificación final serán:

- Examen: 50%
- Prácticas en el aula: 25%
- Trabajo final: 25%

La asistencia a las clases expositivas e interactivas es obligatoria y para aprobar será necesaria una presencia mínima del 80%.

La nota mínima para cada una de las partes será de 3'5. Es decir se en alguna de las tres partes en las que se divide la materia no se llega a esa nota mínima, la nota será de suspenso.

No se guardan las calificaciones para posteriores convocatorias.

Aquel alumno o alumna que tenga que presentarse en una convocatoria diferente a la de junio deberá hablar con el profesor para que este le especifique las características de los trabajos que tendrá que presentar para poder ser evaluado.

Tiempo de estudio y trabajo personal

12 horas de docencia interactiva en el aula

9 horas de docencia expositiva en el aula

El resto del tiempo hasta completar los 3 créditos será, principalmente, trabajo del alumno o alumna bien dirigido a preparar el trabajo final, bien a trabajar en documentos para debatir en el aula, bien en el estudio de la materia.

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

Se recomienda la asistencia y participación activa en las clases

Se recomienda la lectura de bibliografía adicional para completar y complementar los contenidos formativos impartidos en el aula

Observaciones

Esta propuesta de programa y del plan de trabajo podrá modificarse siempre cuando sea necesario para adaptarlo a las circunstancias concretas del grupo, y siempre de mutuo acuerdo con los alumnos.

8. Promoción del turismo urbano

Objetivos de la asignatura

Especialización del alumnado en los aspectos más relevantes de la promoción del turismo urbano en sus distintos niveles: producto, paquete y ciudad.

Contenidos

Para alcanzar este objetivo, la materia se estructura en tres temas:

Tema 1: Fundamentos de la comunicación turística

Tema 2: Herramientas de promoción del turismo urbano

Tema 3: Planes de promoción en turismo urbano

Bibliografía básica y complementaria

- ✓ Dahd, J. (2006) Publicidad Turística, Trillas, Sevilla.
- ✓ Tellis, G.J.; Redondo, I. (2001) Estrategias de Publicidad y Promoción, Addison Wesley, Madrid.
- ✓ Kotler, P.; Haider, D.H.; Rein I. (1993) Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations, Free Press, Nueva York.
- ✓ Beerly, A.; Martín, J. (1999) Técnicas de Medición de la Eficacia Publicitaria, Ariel Economía, Barcelona.
- ✓ Kotler, P. (2003) Marketing para turismo, Pearson, Madrid.
- ✓ González, A.; Carrero, E. (2006) Manual de Planificación de Medios, Esic, Madrid.
- ✓ Lanquar, R. (2001) Marketing turístico: de lo global a lo local, Ariel, Barcelona.
- ✓ López, B. (2007) Publicidad Emocional: Estrategias Creativas, ESIC, Madrid.
- ✓ Milio, I. (2000) Comercialización de productos y servicios turísticos, Paraninfo, Madrid.
- ✓ Ordozgoiti, R.; Rodríguez, D.; Olmos, A.; Miranda, J.A. Publicidad on line, ESIC, Madrid.
- ✓ Pérez Latre, F.J. (2000) Planificación y gestión de Medios Publicitarios, Ariel, Barcelona.
- ✓ Vich, G.A. (2003) Comercio electrónico y turismo: El caso balear, Universidad de les Illes Balears, Palma.

Competencias

Se pretende que, una vez superada a asignatura, el alumnado sea capaz de:

- Analizar el entorno de la comunicación comercial en turismo.
- Aplicar las herramientas de promoción del turismo urbano.
- Elaborar planes de comunicación comercial.

Metodología de la enseñanza

En las sesiones expositivas se explicarán los contenidos fundamentales de los temas que conforman el programa, enfatizando los aspectos especialmente relevantes y las relaciones entre ellos, y se proporcionará al alumnado la información adicional necesaria que permita un adecuado desarrollo del proceso de aprendizaje autónomo. Las sesiones interactivas se orientarán a la aplicación práctica de los conocimientos teóricos y al desarrollo de habilidades directivas. Para ello se realizarán estudios de casos, se comentarán lecturas de textos y artículos, y se debatirán cuestiones planteadas por el profesorado. Adicionalmente, las alumnas y alumnos deberán realizar un plan de comunicación -para un producto o paquete urbano o para una ciudad en su totalidad, preferiblemente en grupo, y exponerlo oralmente en clase. La tutorías servirán para solventar dudas y solucionar los problemas a los que se enfrente el

alumnado en el proceso de aprendizaje y como canal de retroalimentación sobre los resultados del mismo.

Sistema de evaluación

- Un 50% derivará de los resultados obtenidos en una prueba escrita en la que se plantearán diferentes cuestiones en formato test.
- Un 50% provendrá de la evaluación continua. La evaluación continua tendrá en cuenta todas las actividades desarrolladas por el alumnado (participación activa en el análisis de casos, debate y comentario de lecturas o artículos, presentación y exposición de trabajos, etc.).

Debido al método de evaluación, la asistencia a clase es imprescindible. Se entiende que un alumno o alumna ha asistido a clase cuando lo ha hecho al menos en un 80% del tiempo de trabajo presencial.

Tiempo de estudio y trabajo personal

La materia consta de 3 ECTS, lo que supone una carga de 75 horas de trabajo total. De ellas, 27 son horas presenciales el resto (48) son horas de trabajo no presencial.

Recomendaciones para el estudio de la asignatura

Se recomienda el trabajo semanal en la materia impartida e el uso del horario de tutoría para obtener apoyo.

Los siguientes contenidos, pertenecen al Programa de ‘Maestría en Dirección y Planificación del Turismo’ ofertado por la Universidad de Málaga – España.

- 1. Métodos cuantitativos aplicados al turismo**
- 2. Tics aplicadas a la gestión de empresas turísticas**
- 3. Creación y comercialización de productos turísticos.**

El plan de estudio de cada una de las asignaturas mencionadas anteriormente, se presenta a continuación: