



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Andriulo, Marilina

Aproximación al pensamiento estudiantil en relación al turismo y su desarrollo. El caso de la licenciatura en turismo de la UNR



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Andriulo, M. (2024). *Aproximación al pensamiento estudiantil en relación al turismo y su desarrollo. El caso de la licenciatura en turismo de la UNR. (Tesis de maestría).* Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4438>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Aproximación al pensamiento estudiantil en relación al turismo y su desarrollo. El caso de la licenciatura en turismo de la UNR

TESIS DE MAESTRÍA

Marilina Andriulo

marilina.andriulo@fcecon.unr.edu.ar

Resumen

El desarrollo del Turismo en Argentina está amenazado por la falta de formación de recursos humanos capacitados, la cual podría revertirse recurriendo a una nueva institucionalidad que promueva la reinversión de lo local. La Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) cuenta con una orientación en Administración Turística (AT) que se dicta en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística (FCEyE) y otra en Planificación Turística (PT) que se dicta en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales (FCPolit). Las dos Facultades comparten un Ciclo Básico (CB) de 2 años que se cursa en ambas (16 asignaturas) y un Ciclo Superior (CS), también de 2 años (16 asignaturas), que se cursa según la especialidad elegida: AT en FCEyE y PT en FCPolit. Para contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes, en 2021, se aplicó una encuesta con una evaluación simultánea en una materia que se estuviera dictando con la modalidad online, al inicio de cada uno de los cuatro años de cursado, analizándose los orígenes, las ambiciones profesionales, el pensamiento sobre el Desarrollo Turístico Local (DTL) y las motivaciones sobre los destinos turísticos. Con la información obtenida, primeramente, se caracterizaron los estudiantes de la carrera. Posteriormente, se obtuvieron las diferencias de imaginario entre especialidades (AT-PT) y la evolución de imaginario dentro de cada especialidad (CS/CB).

Mayoritariamente, los alumnos forman parte de una clase social que se esfuerza por pagar una escuela secundaria privada y fomentar su educación superior. Se registra un fenómeno importante de simultaneidad de trabajo con un porcentaje ínfimo en Turismo. Tampoco sus progenitores trabajan en dicho sector. Tienen una imagen negativa sobre su propio país para el desarrollo profesional. La mayoría no considera a la educación con sentido de pertenencia como herramienta para promover el DTL. Prefieren destinos tradicionales como

Europa (EU) y América del Norte. Su perspectiva laboral difiere de las competencias requeridas por los empleadores y el contexto global. Los alumnos del CS de PT tienen mayor rendimiento académico que los de AT. Las ambiciones profesionales de los estudiantes de AT presentan características propias de la filosofía transmitida por la globalización, con el foco de mayores oportunidades puesto en América del Norte. En cambio, en PT, incluyen el trabajo en el sector público y la posibilidad de ser empleados. EU es su principal horizonte laboral temporario.

En AT los alumnos evolucionan lentamente en su rendimiento académico, excepto cuando tienen estudios universitarios previos. Aumentan su interés por el ámbito nacional privado y por ser dueños de su microempresa. En PT, alcanzan la especialidad de forma rápida, desde muy jóvenes. Aumentan su interés por proyectar Turismo, trabajar en hotelería y gastronomía y en los idiomas. Cada especialidad toma conceptos de modelos diferentes de DTL y las trayectorias distintivas de los alumnos de AT y PT sobre los destinos turísticos se relacionan con la parte del mundo con la que desean vincularse profesionalmente.

Con el tiempo de permanencia en la carrera, ambas especialidades adquieren un pensamiento más complejo y crítico y tienen un mayor reconocimiento de algunas dimensiones del DTL.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

MAESTRÍA EN DESARROLLO Y GESTIÓN DEL TURISMO

**APROXIMACIÓN AL PENSAMIENTO ESTUDIANTIL EN RELACIÓN AL
TURISMO Y SU DESARROLLO**

EL CASO DE LA LICENCIATURA EN TURISMO DE LA UNR

LIC. MARILINA ANDRIULO

DIRECTORA: Dra. Lucía Andreozzi

CO-DIRECTORA: Mgtr. Mara Galmarini

Rosario, Argentina.

Agosto, 2023

Contenido

Listado de abreviaciones.	IV
Índice de figuras	VI
Índice de tablas	X
1. Introducción	1
1.1. Formulación del problema	1
1.2. Justificación de la investigación	3
1.3. Marco Teórico	4
1.4. Antecedentes de la investigación	5
1.5. Objetivo General	7
1.6. Objetivos Específicos	8
1.7. Hipótesis o Supuestos	8
2. Metodología	9
2.1. Tipo de investigación	9
2.2. Nivel de diseño	9
2.3. Dimensión temporal del diseño	10
2.4. Unidad de análisis	10
2.5. Criterio de selección de la muestra	10
2.6. Composición de la muestra	11
2.7. Instrumentos y técnicas	12

2.8. Procesamiento y análisis de datos	12
3. Perfil de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR	16
3.1. Introducción	16
3.2. Materiales y métodos	17
3.3. Resultados y discusión	17
3.3.1. Caracterización del alumnado	18
3.3.2. Ambiciones profesionales	25
3.3.3. Desarrollo Turístico Local	34
3.3.4. Motivaciones sobre los destinos turísticos	38
4. Diferencias y cambios en el imaginario de los estudiantes avanzados de la Licenciatura entre y dentro de cada especialidad.	41
4.1. Introducción	41
4.2. Materiales y métodos	42
4.3. Resultados y discusión	42
4.3.1. Diferencias de imaginario entre especialidades	42
4.3.1.1. Caracterización del alumnado según la especialidad	42
4.3.1.2. Ambiciones profesionales según la especialidad	45
4.3.1.3. Desarrollo Turístico Local según la especialidad	57
4.3.1.4. Motivaciones sobre los destinos turísticos según la especialidad . .	61
4.3.2. Cambios de imaginario dentro de la especialidad	64
4.3.2.1. Caracterización de la evolución del alumnado	64
4.3.2.2. Evolución de las ambiciones profesionales	70
4.3.2.3. Evolución del pensamiento sobre el DTL	80
4.3.2.4. Evolución de las motivaciones sobre los destinos turísticos	86
5. Discusión general y conclusiones	90
5.1. Discusión general	90
5.2. Conclusiones	94
Referencias	96

A. Encuesta	107
B. Gráficos adicionales	110

Listado de abreviaciones

AT	Administración Turística
CB	Ciclo Básico
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CS	Ciclo Superior
DL	Desarrollo Local
DT	Desarrollo Turístico
DTL	Desarrollo Turístico Local
EE.UU.	Estados Unidos
EU	Europa
FCEyE	Facultad de Ciencias Económicas y Estadística
FCPolit	Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales
GR	Gran Rosario
IES	Instituciones de Educación Superior
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
ODS	Objetivo de Desarrollo Sostenible
OMT	Organización Mundial del Turismo
P	Pregunta
PETS	Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable
PT	Planificación Turística
UBA	Universidad Nacional de Buenos Aires

UNR Universidad Nacional de Rosario

UNL Universidad Nacional del Litoral

UNLP Universidad Nacional de la Plata

VA Valor agregado

Índice de figuras

2.1. Diferencias y cambios en el imaginario de los estudiantes avanzados de la Licenciatura entre y dentro de cada especialidad.	15
3.1. P3 - Orientación elegida.	18
3.2. P5 - Edad.	18
3.3. P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios.	19
3.4. P10 - Rubro de trabajo de sus progenitores.	19
3.5. P11 - Tipo de trabajo de tus progenitores.	20
3.6. P12 - Niveles de estudios previos.	20
3.7. Evolución de la matrícula de nivel Secundario común por sector de gestión.	23
3.8. P15 - Intereses personales.	25
3.9. P16 - Motivos para la elección de la carrera.	26
3.10. P17 - Expectativas del futuro lugar de trabajo (1-10 años).	27
3.11. P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro lugar de trabajo (1-10 años).	28
3.12. P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro (1-10 años).	28
3.13. P22 - Localización del futuro lugar de trabajo.	29
3.14. P23 - Localización región/continente futuro lugar de trabajo.	30
3.15. P24 - Tiempo de sostén del futuro lugar de trabajo.	30
3.16. P25: Recurso para cambiar o buscar trabajo.	31
3.17. P26 - Habilidades que los empleadores consideran importantes para elegir candidatos según los estudiantes.	31
3.18. P28 - Su concepción del DTL.	34
3.19. P29 - ¿Cómo fomentar el DTL en el GR?.	34

3.20. P30 - Actores capaces de acelerar el DTL en el GR.	35
3.21. P31 - Obstáculos para impedir el DT en el GR.	35
3.22. P27 - Motivo para el incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo.	36
3.23. P32 - Provincias visitadas con fines turísticos.	38
3.24. P33 - Regiones/continentes visitado/as con fines turísticos.	38
3.25. P34 - Regiones/continentes deseados con fines turísticos.	39
4.1. P15 - Intereses personales, según la especialidad.	45
4.2. P16 - Motivos de la elección de la carrera, según la especialidad.	46
4.3. P17 - Expectativas sobre su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).	47
4.4. P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).	48
4.5. P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro, según la especialidad (1-10 años).	48
4.6. P20A - Ámbito en el que creen que tienen más posibilidades laborales, según la espe- cialidad.	49
4.7. P20B - Sector en el que creen que tienen más posibilidades laborales, según la espe- cialidad.	49
4.8. P21 - Tamaño de su lugar de trabajo deseado, según la especialidad.	50
4.9. P22 - Localización de su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).	50
4.10. P23. Región/continente deseado para futura localización de trabajo, según la especia- lidad (1-10 años).	51
4.11. P24 - Tiempo de sostén de su futuro lugar de trabajo, según la especialidad.	52
4.12. P25 - Recursos que emplearían para cambiar o buscar trabajo, según la especialidad.	53
4.13. P26 - Habilidades consideradas importantes por los empleadores para elegir candida- tos, según la especialidad.	54
4.14. P28 - Su concepción del DTL , según la especialidad.	57
4.15. P29 - ¿Cómo fomentar el DT en el GR?, según la especialidad.	57
4.16. P30 - Actores capaces de acelerar el DT en el GR, según la especialidad.	58
4.17. P31 - Principales obstáculos para impedir el DT en el GR, según la especialidad.	59
4.18. P27 - Motivos para el incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo, a nivel local, provincial y nacional, según la especialidad.	60

4.19. P32 - Provincias argentinas visitadas, según la especialidad.	61
4.20. P33 - Regiones/continentes visitados, según la especialidad.	62
4.21. P34 - Regiones/continentes deseados, según la especialidad.	63
4.22. P4 - Género autopercebido en el CS/CB de AT y PT.	65
4.23. P5 - Edad en el CS/CB de AT y PT.	65
4.24. P7 - Provincia de origen en el CS/CB de AT y PT.	66
4.25. P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios en el CS/CB de AT y PT.	66
4.26. P8 - Ámbito de la escuela secundaria en el CS/CB de AT y PT.	67
4.27. P12 - Nivel de estudios previos en el CS/CB de AT y PT.	67
4.28. P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera en el CS/CB de AT y PT.	68
4.29. P14 - ¿Trabaja actualmente?, en el CS/CB de AT y PT.	68
4.30. P14A - Trabajo relacionado con el Turismo en el CB/CS de AT.	68
4.31. P15 - Intereses personales en el CS/CB de AT y PT.	70
4.32. P16 - Motivos de la elección de la carrera en el CS/CB de AT y PT.	71
4.33. P17 - Expectativas sobre su futuro lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).	72
4.34. P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro (1-10 años) lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT.	72
4.35. P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).	73
4.36. P20A - Ámbito con más posibilidades laborales en el CB/CS de AT y PT.	73
4.37. P20B - Sector en el que creen que tienen más posibilidades laborales en el CS/CB de AT y PT.	74
4.38. P21 - Tamaño de su lugar de trabajo deseado en el CS/CB de AT y PT.	74
4.39. P22 - Localización de su futuro lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).	75
4.40. P23 - Región/continente deseado para futura (1-10 años) localización de trabajo en el CS/CB de AT y PT.	76
4.41. P24 - Tiempo para el sostén su futuro lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT. . . .	76
4.42. P25 - Recursos que emplearían para cambiar o buscar trabajo en el CS/CB de AT y PT.	77

4.43. P26 - Habilidades consideradas importantes por los empleadores para elegir candidatos en el CS/CB de AT y PT.	77
4.44. P28 - Su concepción del DTL en el CS/CB de AT y PT.	80
4.45. P29 - ¿Cómo fomentar el DT en el GR? en el CS/CB de AT y PT.	81
4.46. P30 - Actores capaces de acelerar el DT en el GR en el CS/CB de AT y PT.	82
4.47. P31 - Principales obstáculos para impedir el DT en el GR en el CS/CB de AT y PT. .	83
4.48. P27 - Motivos del incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo, a nivel local, provincial y nacional en el CS/CB de AT y PT.	84
4.49. P32 - Provincias argentinas visitadas en el CS/CB de AT y PT.	86
4.50. P33 - Regiones/continentes visitados en el CS/CB de AT y PT.	86
4.51. P34 - Regiones/continentes deseados en el CS/CB de AT y PT.	87
B.1. P4 - Género autopercebido.	110
B.2. P6 - Nacionalidad.	111
B.3. P7 - Provincia de origen.	112
B.4. P8 - Ámbito en la escuela secundaria.	113
B.5. P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera.	114
B.6. P14 - ¿Trabaja actualmente?	115
B.7. P14A - Trabajo relacionado con el turismo.	116
B.8. P20A - Ámbito con mayores posibilidades laborales.	117
B.9. P20B - Sector con mayor posibilidades laborales.	118
B.10. P21 - Tamaño del lugar de trabajo deseado.	118
B.11. P4 - Género autopercebido, según la especialidad.	119
B.12. P5 - Edad, según la especialidad.	120
B.13. P7 - Provincia de origen, según la especialidad.	121
B.14. P8 - Ámbito de la escuela secundaria, según la especialidad.	121
B.15. P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios, según la especialidad.	122
B.16. P12 - Nivel de estudios previos, según la especialidad.	123
B.17. P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera, según la especialidad. . .	124
B.18. P14 - Trabaja o no actualmente, según la especialidad.	124

B.19.P14A - Trabajo relacionado al turismo, según la especialidad.	125
--	-----

Índice de tablas

2.1. Composición de la muestra de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo al inicio del cursado de 2021.	11
2.2. Cociente ($E = CS/CB$) para medir la evolución de los estudiantes	14

Capítulo 1

Introducción

1.1. Formulación del problema

El Turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos del desarrollo sostenible firmados en la agenda 2030 por una gran cantidad de países entre los que se encuentra la Argentina. Aprovechar los beneficios brindados por el Turismo será clave para alcanzar dichos objetivos. Esta ambiciosa agenda busca disminuir la pobreza extrema, combatir la desigualdad y la injusticia y proponer soluciones frente al cambio climático (OMT, s.f.).

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en América Latina y el Caribe la integralidad de la Agenda 2030 está particularmente en riesgo ante la pandemia del COVID-19 por tener una posición más débil que la del resto del mundo. Para poder cumplirla, hará falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversiones en tecnología, infraestructuras y recursos humanos (CEPAL, 2019).

Más allá de la pandemia, el desarrollo del Turismo en América Latina y el Caribe tradicionalmente enfrenta amenazas de diversa índole. Entre ellas, se mencionan a continuación: la importación de modelos de desarrollo desde EU y Estados Unidos (EE.UU.), muchas veces de aplicación no viable; institucionalidad débil; conflictos políticos; inestabilidad económica; falta de accesibilidad a la tecnología; insuficientes recursos económicos para destinar al Turismo; recursos humanos poco capacitados; balanza turística negativa, idea que el Turismo es Internacional, se van más personas que las que ingresan desde el exterior; gran penetración de capitales internacionales; concentración de volumen de operaciones en pocas empresas, reparto desigual; falta de actualización en la reglamenta-

ción e implementación de las leyes vinculadas al Turismo (Arocena, 2001; Wallingre, 2010; Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2019; Del Busto, 2014).

La región tiene la posibilidad de desplegar una reciente visión que delega las responsabilidades tradicionalmente asistidas desde el Estado-Nación, en nuevas geografías territoriales que permiten la reinvención de lo local. Argentina se enfrenta al desafío de desarrollar esta nueva visión, construyéndola a partir de las capacidades relacionadas con la sociedad civil, las empresas, los actores y las instituciones locales. Para lograrlo, deberá hacer grandes esfuerzos que estimulen la innovación y la capacidad emprendedora, de forma flexible, con el fin de adaptarse a entornos muy cambiantes (Madoery, 2001).

El Desarrollo Local (DL) necesita ser alimentado por una institucionalidad que promueva la formación de recursos humanos (Wallingre, 2010). Esta se considera clave para “resignificar el papel de los actores individuales y colectivos y los rasgos de la organización social donde estos se desenvuelven” (Madoery, 2001, p. 11).

En la Argentina, hacia finales de la década del 2000, la oferta de carreras de Turismo registró un aumento exponencial. En 2009, había 29 universidades con carreras de Turismo de las cuales 23 ofrecían Licenciaturas en Turismo, correspondiendo un 52 % a universidades privadas y un 48 % a universidades públicas. Sin embargo, en ese mismo período, las carreras de posgrado con nivel de maestría o especialización tuvieron un bajo crecimiento. Además, solamente 21 Universidades Nacionales habían desarrollado proyectos de investigación en Turismo. Recién en 2005, se promulgó la Ley Nacional de Turismo (25.997), la cual en su artículo 7° señala la necesidad de propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional de la actividad. La gestión del conocimiento e innovación es un aspecto fundamental del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PETS) 2005-2016 (Plan del Ministerio de Turismo de la Nación, 2005) para consolidar institucionalmente al Turismo como así también para la Cámara Argentina de Turismo (2006-2010) (Wallingre, 2010). Una década después, el número de universidades que ofrecen la posibilidad de estudiar Turismo se elevó a 58 (públicas: 31, privadas: 27) (SmArt THC LATAM, s.f.). Asimismo, han cambiado el enfoque del Turismo como negocios (donde se buscan desarrollar competencias vinculadas al mercado) hacia una formación interdisciplinaria, en el que las organizaciones buscan compromiso, trabajo en equipo, flexibilidad, adaptación, equidad de género, entre otros (SmArt THC LATAM, s.f.). Si bien en la actualidad existen diferencias de enfoques entre ellas, todas registran algunas problemáticas comunes.

Estas se resumen en carreras relativamente recientes, dictadas por docentes poco especializados en Turismo, grupos de investigación aún no consolidados y programas de estudio de baja articulación con el medio, que no favorecen habilidades y competencias en nuevas tecnologías de información y comunicación ni tampoco se encaminan hacia el DTL (SmArt THC LATAM, s.f.).

Actualmente, en el Gran Rosario (GR), coexisten cuatro Universidades, una de ámbito público y tres de ámbito privado (Universia, 2019). La Licenciatura en Turismo de la UNR es la de más reciente formación (2018), y no escapa a las problemáticas generales anteriormente descriptas con respecto a las Universidades de nuestro país. En la carrera correspondiente a la UNR, aún no existían licenciados graduados en 2021. Por ello, resulta interesante conocer características de los estudiantes, vinculadas con sus orígenes, sus ambiciones profesionales futuras, su pensamiento sobre el DTL y sus motivaciones sobre los destinos turísticos. También profundizar en las mismas características, pero teniendo en cuenta cada orientación y los cambios de pensamiento surgidos a lo largo de la carrera. De esta manera, se podrían conocer las modificaciones en el conocimiento introducidas por las Facultades. La implementación de una encuesta para una evaluación simultánea de las características mencionadas, al inicio y a lo largo del recorrido de los cuatro años de carrera, podría contribuir a una mejora de la gestión educativa y posicionar a la UNR como un actor clave para el DTL del GR. Esta aproximación aún no ha sido utilizada en estas Facultades.

1.2. Justificación de la investigación

La formación de recursos humanos es clave para el Desarrollo Turístico (DT). En este contexto, se necesita que los estudiantes universitarios adquieran pensamiento complejo que tenga en cuenta diferentes perspectivas para poder comprender la realidad. Esta capacidad reflexiva debería ser fomentada mediante la educación (Morin, 1994). Un procedimiento que da valor racional a las creencias y emociones es el pensamiento intelectualmente disciplinado de conceptualizar, aplicar, analizar, sintetizar y evaluar la información recabada a partir de la observación, experiencia, reflexión, razonamiento o conceptualización (Creamer, 2011). El propósito de este pensamiento crítico es generar un juicio reflexivo basado en un núcleo de desarrollo de habilidades (Facione, 2011). La innovación y las capacidades emprendedoras son clave para enfrentar nuevos desafíos en el DTL (Núñez López et al., 2017).

Aunque en los últimos años se viva en un proceso de cambios tecnológicos, económicos y so-

bre todo socioculturales que exige el respeto a la diversidad cultural y un sentido de inclusión y, simultáneamente, hayan surgido movimientos, instituciones y organismos que promueven y valoran la pluralidad y el multiculturalismo, se percibe un problema relacionado con un debilitado sentido de pertenencia a las costumbres, creencias, tradiciones de la región y del país por parte de los estudiantes, aspecto que ha ido mermando la identidad cultural y, por consiguiente, la carencia de una pertenencia nacional (Tesén Arroyo y Ramírez Agurto, 2021). En el contexto de la globalización, la identidad cultural debe entonces considerarse una opción para el DTL puesto que es una oportunidad para diferenciarse del resto de los destinos turísticos competidores (Boisier, 2003).

Si bien en la última década aumentó significativamente el número de Universidades que ofrecen la carrera de Turismo, su corta trayectoria expone problemáticas comunes que no se encaminan claramente hacia el DTL (SmArt THC LATAM, s.f.). Un ejemplo de ello es la Licenciatura en Turismo de la UNR, siendo la de más reciente formación (2018) y que aún no posee licenciados graduados. En este contexto, resulta interesante analizar el imaginario estudiantil, su transformación a lo largo de los cuatro años de carrera y el impacto de la orientación (PT y AT), de los futuros profesionales del DTL .

1.3. Marco Teórico

La falta de capacitación de los recursos humanos es considerada como una limitante principal para el desarrollo del Turismo sostenible en los países que integran América Latina y el Caribe (OMT, s.f.; Arocena, 2001; Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), 2019; Del Busto, 2014). La institucionalidad es una de las claves para sobrellevarla (Wallingre, 2010). Si bien el sistema universitario en Turismo de nuestro país ha evolucionado sustancialmente en diferentes aspectos, es necesario que fomente habilidades y competencias en nuevas tecnologías de información y comunicación, orientadas al DTL (SmArt THC LATAM, s.f.). La identificación de desajustes estructurales en el área de gestión de la educación, mediante investigación, constituye una de las últimas recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) (2020). Por todo ello, en la presente tesis, se realizó una encuesta estructurada con el fin de distinguir dichos desajustes.

Para caracterizar el pensamiento de los estudiantes, el proyecto se apoya en varias teorías provenientes del ámbito interdisciplinario de las ciencias sociales. Entre ellas, utiliza el concepto de imaginario colectivo acuñado por Morin (1994), quien lo considera como un conjunto de símbolos

y conceptos que se encuentran en la memoria y la imaginación en una variedad de individuos que pertenecen a una determinada comunidad. Cuando todas esas personas que comparten estos símbolos toman conciencia, se refuerza el sentido de comunidad. Para Giust-Desprairies (2004), ésta surgió como una de las teorías competitivas que analizan los efectos sociales de los mensajes y representaciones de los medios. En relación con ello, “El imaginario turístico es aquella porción del imaginario social referido al hecho turístico” (Hiernaux Nicolás, 2002, p. 8).

Otra de las teorías es la de “identidad cultural”, que Fisher (2014) define como el sentido de pertenencia a un determinado grupo social y también un criterio para diferenciarse de otros colectivos. Los estudios acerca del pensamiento latinoamericano incluyen teorías sociales que justifican metodológicamente un pensamiento propio para colaborar en la reconstrucción de la identidad cultural Latinoamericana (Gómez y Solís, 2017). La identidad como recurso turístico cultural (patrimonio intangible), hace referencia a un factor de atracción para el desarrollo de actividades turístico recreativas y a las prácticas de uso del tiempo libre de las personas que portan dicha identidad (Vallejo, 2003). Asimismo, otra teoría en la que se apoya es en el DTL, que consiste en identificar y aprovechar los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad. Las potencialidades endógenas de cada territorio son los factores económicos y no económicos (recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc.) (Montoya, 1998; Albuquerque Llorens, 1997).

Dada la complejidad de la actividad turística, Mantero (2004) reconoce que son aplicables las dimensiones del DL: social, identitaria, económica-productiva y política-sistémica.

Por último, se apoya en una perspectiva integral para la construcción del conocimiento del Turismo. Esta busca que los estudiantes adquieran un pensamiento complejo, multidisciplinario y crítico (Gómez Nieves, 2010).

La aplicación de las teorías mencionadas ayudará a enmarcar el pensamiento estudiantil de la Licenciatura en Turismo de la UNR con el fin de construir conocimiento sobre el DT.

1.4. Antecedentes de la investigación

Entre las últimas recomendaciones de la OMT de 2020 (OMT, 2020), para la promoción del futuro del trabajo y el desarrollo de competencias en el Turismo, dentro del área de gestión de la educación, figuran: avanzar en la investigación para identificar el desajuste de competencias en los sistemas educativos y formativos y responder a las nuevas necesidades del mercado laboral tales como la digitali-

zación, la tecnología, la comunicación, el enfoque al cliente, marketing y promoción y el desarrollo de soft skills (habilidades blandas). También recomienda que se promueva la transición de la educación al empleo y del empleo a la educación para mejorar el reciclaje de los estudiantes/trabajadores con el fin de enfrentar los desafíos de su mundo laboral.

Para poder avanzar en el área educativa, desde el comienzo del milenio, varios autores han analizado las percepciones, las ambiciones profesionales y las motivaciones de los estudiantes de licenciaturas de Turismo en el contexto de diferentes Universidades a lo largo del mundo. Hjalager (2003) reportó, en la Universidad de Lund (Suecia), que los estudiantes consideran cada vez más los estudios en Turismo como una oportunidad para una carrera en el extranjero o en una empresa transnacional. Además, los alumnos que se autoperciben como varones tienden a ser más aventureros que los que se autoperciben como mujeres, quienes también prefieren con mayor frecuencia las empresas pequeñas que las grandes. Sin embargo, en general, los estudiantes tienen pocos conocimientos sobre empresas específicas u oportunidades laborales en áreas fuera del núcleo del sector turístico, y parecen preferir las culturas laborales suecas. Otro punto a destacar entre sus hallazgos es que existe una necesidad real de mayor orientación profesional y que, la ampliación de la ventana internacional les podría brindar mayor perspectiva y comprensión práctica sobre sus competencias en empresas internacionales y en el contexto de transición global. Shaikh y Syed (2013) realizaron un trabajo similar en Pakistán y arribaron a conclusiones parecidas. Por su parte, Wakelin-Theron et al. (2018) de la Universidad de Johannesburgo, informaron que las Instituciones de Educación Superior (IES) sudafricanas están bajo una presión creciente para equipar a los graduados con los conocimientos, habilidades y atributos necesarios que los harían empleables y altamente versátiles en varios sectores turísticos. Esto significa que las diversas titulaciones en Turismo otorgadas por las IES deben reflejar las necesidades y expectativas de la industria turística. En consecuencia, es importante identificar el tipo de habilidades de conocimiento que deberían desarrollarse en los graduados en Turismo para prepararlos en el mundo laboral. Los conocimientos y las habilidades más importantes son el servicio/conciencia al cliente, la conducta ética en el trabajo, la comunicación verbal, la aceptación de responsabilidades, la atención al detalle, la capacidad para trabajar bajo presión, las habilidades para administrar el tiempo y la motivación. Sosa (2016) investigó la situación actual y las características de los programas de grado y posgrado en Turismo ofrecido por 906 instituciones académicas públicas y privadas de América Latina y España. Sus resultados mostraron que los estudiantes están interesados en programas que

ayudan a encontrar un trabajo o una mejora salarial, ofrecen becas, tienen reconocimiento oficial, tienen un plan de estudios que refleja la realidad internacional, permiten lograr capacidades sociales para el desempeño profesional, se integran en alianzas o convenios con otras instituciones, facilitan el networking y cuentan con descuentos disponibles, entre los más importantes.

Los estudios arriba mencionados examinaron, entre otros, las competencias necesarias de los estudiantes de Turismo para su futura inserción laboral. Los autores de los trabajos que se presentan a continuación, señalan aspectos educativos cruciales a desarrollar en las carreras de Turismo. El informe presentado por Basco para América Latina, señala las competencias y habilidades fundamentales para una inserción laboral inteligente en la Cuarta Revolución Industrial (centrada en la tecnología inteligente, la inteligencia artificial y la robótica) (Basco et al., 2020). El mismo considera a la educación como un factor esencial para adaptarse a los acelerados cambios tecnológicos y a las economías cada vez más basadas en el conocimiento y en los servicios. Allegrini advierte la importancia de la educación para la puesta en valor de la identidad cultural, indispensable para lograr un DL sostenible (Allegrini, 2003). Torres agrega que una comunidad humana organizada requiere la construcción de un proyecto educativo y cultural propio, basado principalmente en un diagnóstico de sus fortalezas (no sólo de sus carencias) para superar las debilidades (Torres, 2004). La autora manifiesta que la única forma de asegurar educación y aprendizaje permanentes y de calidad para todos, es en el marco de un esfuerzo endógeno, cooperativo y solidario.

En relación a la necesidad de reinventar el DTL, Goldstein expone que la declaración de Lisboa de 2019 prevé, para las próximas dos décadas, la convergencia entre dos fenómenos crecientes para las ciudades de nuestro país: la urbanización y el Turismo (Goldstein, 2019). En este contexto, el reto para la gestión educativa es colaborar en la consolidación de destinos habitables para sus residentes y memorables para sus visitantes. Señala pasos clave a cumplir para el logro del Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) (ODS 11) “ciudades y asentamientos humanos resilientes, inclusivos, seguros y sostenibles”.

1.5. Objetivo General

Contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR con el fin de construir conocimiento sobre el desarrollo del Turismo.

1.6. Objetivos Específicos

- Analizar los orígenes, ambiciones profesionales, valoración sobre el DT en el GR y motivaciones de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo.
- Analizar los imaginarios de los estudiantes a través de la comparación de los resultados cuantitativos que se derivan de las encuestas entre los estudiantes de las dos especialidades y entre el CS y el CB de cada especialidad.

1.7. Hipótesis o Supuestos

- a) La mayoría de los estudiantes no tiene en cuenta a la educación que promueva el sentido de pertenencia como herramienta para promover el desarrollo del Turismo local.
- b) La mayor parte de los estudiantes prefiere destinos tradicionales como EU y América del Norte, por lo que representan estas regiones en su imaginario.
- c) La preferencia de los estudiantes de la UNR por la orientación en AT sobre la orientación en PT está relacionada con el sector de mayores posibilidades laborales.
- d) Los estudiantes del CS pierden interés por trabajar en el ámbito internacional y prefieren la Argentina la mayor parte de su período laboral activo.
- e) Los estudiantes del CS modifican sustancialmente las ambiciones profesionales, las motivaciones y las creencias, con respecto a las que tenían en el CB.

Capítulo 2

Metodología

2.1. Tipo de investigación

La investigación fue de tipo **cuantitativa** dado que para tratar de “Contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR con el fin de construir conocimiento sobre el desarrollo del Turismo.” se pretendió obtener conclusiones del imaginario de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR.

2.2. Nivel de diseño

Para responder a las preguntas de investigación, se aplicaron dos variantes del tipo de investigación cuantitativa: exploratorios y descriptivos. Como el análisis de los orígenes, ambiciones profesionales, valoración sobre el DT en el GR y motivaciones de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR se considera relevante y nunca había sido abordado en esta carrera, se aplicó una estrategia **exploratoria** para comenzar a adentrarse en el problema de investigación. También fue **descriptivo**, porque estuvo orientado a enfocarse y conocer dichas características y su distribución en todos los años de cursado.

2.3. Dimensión temporal del diseño

Se aplicó un diseño **transversal** al analizar las características entre especialidades (comparación entre las respuestas de los alumnos del CS de AT y CS de PT) en el momento de su cursado y al analizar la evolución de los imaginarios dentro de cada especialidad (respuestas dadas por alumnos del CS con respecto a las respuestas de los alumnos del CB frente a una misma pregunta).

2.4. Unidad de análisis

La unidad de análisis fueron los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR incluyéndolos desde su ingreso hasta su último año de carrera.

2.5. Criterio de selección de la muestra

En el año 2018, se creó en la UNR la carrera de Licenciatura en Turismo, gestionada por las FCEyE y FCPolit. Ambas comparten un CB de 2 años que se cursa en ambas Facultades (16 asignaturas) y un CS de 2 años (16 asignaturas) que se cursan según la especialidad elegida: AT en FCEyE y PT en FCPolit (ver plan de estudios y alcances del título en las respectivas páginas web de cada Facultad). Al día de la fecha, no hubo cambios en el plan de estudios inicial.

El criterio de selección de la muestra tuvo por objeto observar el conjunto, la particularidad y la evolución del pensamiento de los estudiantes de ambas Facultades.

Para el relevamiento de datos, en Mayo de 2021, dada la situación de pandemia, se tomó una materia del inicio de cada año de la carrera que se estuviese dictando online (una al ingreso a primer año, una al ingreso a segundo año, una al ingreso a tercer año de AT y otra de PT y una al ingreso a cuarto año de AT y otra de PT). Esto hace referencia a un tipo de **muestreo no probabilístico, por conveniencia**. En la comisión n°1 de cada una de las materias, se realizó una encuesta estructurada solamente a los alumnos que estaban conectados en ese momento, utilizando la herramienta *Google Forms*. La encuesta fue completada de manera anónima y solo daba la posibilidad de elegir una sola opción por pregunta.

El motivo de encuestar al inicio de cada materia obedeció a la idea de poder contar con el imaginario de los estudiantes al ingresar a la carrera y su evolución posterior. Por lo tanto, en 2021, no

hubo alumnos que hubiesen aprobado materias de cuarto año.

2.6. Composición de la muestra

Con el sistema de gestión académica de la UNR se obtuvo el número total de estudiantes inscriptos en cada comisión n°1 de cada materia en 2021. Por ello, el número de encuestas recibidas varió. En este sentido, las comisiones de primer año cuentan con una cantidad de alumnos mucho más elevada que las comisiones de los años superiores. Al comparar el número de encuestas recibidas con respecto al número total de estudiantes inscriptos en cada comisión (Tabla 2.1), se encontró, expresando este resultado en porcentaje, que éste varió desde 20 % (segundo) hasta 72 % (primer año). A su vez, el porcentaje de alumnos que respondió la encuesta con respecto al número total de alumnos inscriptos en cada comisión de cada año varió entre 9 % y 18 %. El número total de estudiantes entrevistados fue 148. Si bien el método de muestreo utilizado es subjetivo, considerando que se trata de un primer acercamiento al tema, el tamaño de la muestra por comisiones puede reflejar, aunque de manera no estricta, el imaginario de los estudiantes de la Licenciatura. La cantidad de personas que respondieron a cada una de las preguntas se expresó como porcentaje. Estos resultados fueron redondeados al porcentaje de número entero más cercano.

Tabla 2.1: Composición de la muestra de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo al inicio del cursado de 2021.

Año	Número de respondentes	Número de estudiantes por comisión	Total inscriptos en la materia	Relación porcentual entre respondentes y total de inscriptos en la materia
Primero	79	109	442	18
Segundo	18	92	201	9
Tercero y Cuarto AT	24	46	134	18
Tercero y Cuarto PT	27	55	245	11
Total	148	302	1022	

2.7. Instrumentos y técnicas

La técnica utilizada para coleccionar y registrar la información (encuesta estructurada representativa del alumnado de la Licenciatura en Turismo de la UNR) estuvo conformada por 34 preguntas, muchas de ellas con múltiples opciones, respondiendo por el orden de preferencia más importante (Anexo A). Esta se dividió en cuatro secciones:

Sección 1: buscó contextualizar las respuestas de los estudiantes (pregunta 1 a 14)

Sección 2: se enfocó en sus ambiciones profesionales futuras (pregunta 15 a 26)

Sección 3: se focalizó en su pensamiento sobre el DTL (pregunta 27 a 31)

Sección 4: se centró en las motivaciones sobre los destinos turísticos (pregunta 32 a 34)

2.8. Procesamiento y análisis de datos

Capítulo 3

Para encontrar el perfil de todos los estudiantes de la Licenciatura en Turismo se utilizó el conjunto de respuestas y cada una de las cuatro secciones se analizaron por separado.

El análisis de los resultados reveló que existían preguntas con muchas opciones para elegir cuya representación gráfica se mostraba densa y generaba dispersión en la interpretación. La decisión original de armar preguntas con un número elevado de opciones buscó abarcar gran parte de las sugerencias brindadas por los organismos nacionales e internacionales del Turismo. Con excepción de dos preguntas, ninguna tenía la posibilidad de elegir el ítem *otros*. El objetivo era lograr respuestas cerradas con mayor facilidad en su cuantificación y compromiso.

Para simplificar la presentación de resultados, en las preguntas que tenían cuatro o más opciones, la lógica elegida fue descartar las respuestas que representaban menos del 5 % del total de las opciones y se las consideró no relevantes. En consecuencia, se recalculó el 100 % sin estas opciones.

Excepcionalmente, las preguntas 10 y 11 incluían la opción *otros* con el fin de profundizar y ampliar posibles opciones no tenidas en cuenta. Si bien muchos estudiantes eligieron la opción *otros*, la gran mayoría no especificó el tipo o rubro de alguno de sus progenitores. Por dicho motivo, la lógica de descartar las respuestas no se aplicó a estas dos preguntas.

Capítulo 4

En este capítulo se dividieron las respuestas entre aquellos estudiantes que se encontraban en el CB común (entre 0 y 16 materias aprobadas) y los que estaban transitando el CS (entre 17 y 32 materias aprobadas). Luego, se realizaron dos análisis por separado:

- a) comparación entre las respuestas de los estudiantes de la **especialidad (CS) entre ambas Facultades (AT-PT)**. Se analizó si existían diferencias de contexto, ambiciones, pensamientos y motivaciones de los estudiantes entre las dos especialidades. Es decir, se estimó el cambio neto de imaginario entre especialidades.
- b) evolución de las respuestas de los estudiantes **dentro de cada especialidad**, realizando el cociente entre las respuestas de los estudiantes del CS/CB en AT y del CS/CB en PT. Se analizó el cambio absoluto en cada especialidad dentro de las diferencias de contexto, ambiciones, pensamientos y motivaciones de los estudiantes para cada Facultad.

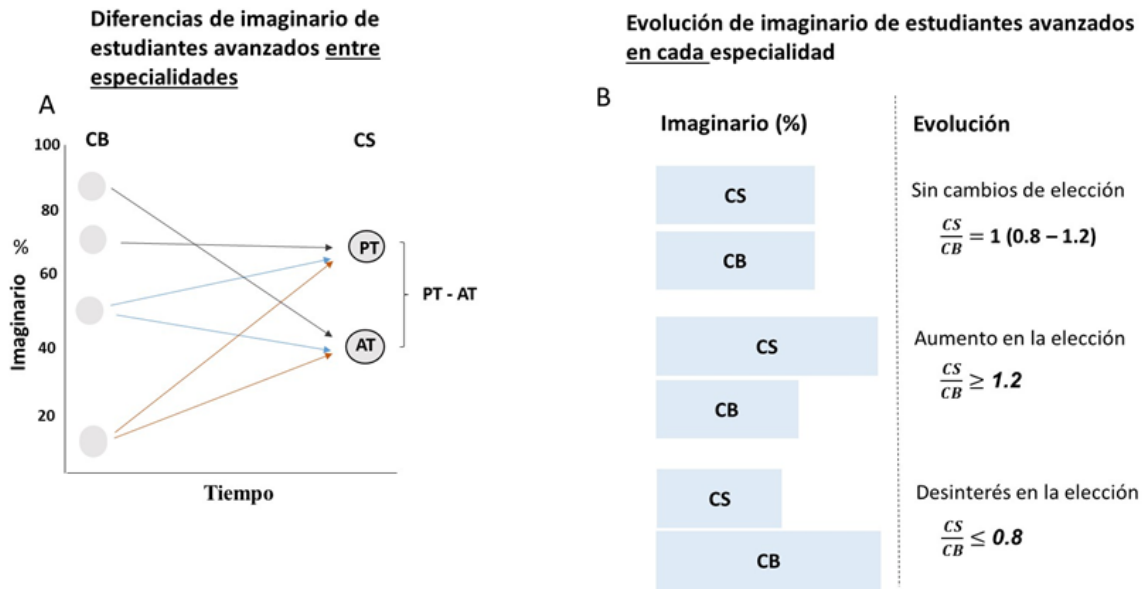
La medición de las diferencias entre el porcentaje de alumnos que alcanzó el CS entre las especialidades AT y PT se adaptó de lo propuesto por García Ortiz et al. (2014). Este autor mostró que el uso de la diferencia constituía un indicador para evaluar el grado de conocimiento adquirido (rendimiento académico), el cual representa el nivel de eficacia en la consecución de los objetivos curriculares para las diversas asignaturas. En realidad, mide un rendimiento académico “bruto”, dado que existen evidencias referidas a que los antecedentes del alumno predicen los incrementos en algunas poblaciones. McCaffrey et al. (2004), señalaron que es importante considerar las características preexistentes del alumno, que deben ser tratadas por cada analista en el contexto de sus factores específicos. Cervini (2006) introdujo el concepto de “Valor agregado (VA)” para incorporar la medición del progreso del aprendizaje (evolución) de los estudiantes. Este parámetro, al cual se lo llamó evolución (E), es adimensional:

Tabla 2.2: Cociente ($E = CS/CB$) para medir la evolución de los estudiantes

Cuándo	$0,8 < E < 1,2$	→ no hubo cambios en la elección (o sin cambios en el rendimiento académico entre CS y CB)
Cuándo	$E \geq 1,2$	→ hubo aumento de esa elección (o aumentó el rendimiento académico)
Cuándo	$E \leq 0,8$	→ hubo desinterés en la elección (o disminuyó el rendimiento académico).

La Figura 2.1 ilustra las dos aproximaciones realizadas en el capítulo 4. En **A** se muestra que la diferencia de imaginario se calcula en el CS entre AT y PT. Como se dijo, el resultado de dicha diferencia se considera bruta y se la llama *cambio neto*. Se puede observar claramente que las mismas diferencias pueden provenir de trayectorias diferentes desde el CB. Por ejemplo, los estudiantes de PT tienen 30% más de certificados en estudios avanzados en lengua extranjera que en AT en el CS. Sin embargo, este análisis no considera si son habilidades adquiridas de forma preexistente a la carrera o si rendir dicho examen internacional fue motivado en el CB, entre otros. Por este motivo, es importante estimar la evolución en cada especialidad. En la sección **B** de la Figura 2.1, si se retoma el ejemplo anterior, en PT puede confirmarse si los certificados en estudios avanzados en lengua extranjera fueron obtenidos en el CB (sin cambios en la elección) o fueron adquiridos en el transcurso de la carrera (aumento de la elección).

Figura 2.1: Diferencias y cambios en el imaginario de los estudiantes avanzados de la Licenciatura entre y dentro de cada especialidad.



Capítulo 3

Perfil de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR

3.1. Introducción

La exploración de los perfiles de los estudiantes universitarios en función de su orientación motivacional es crucial para tratar de encontrar las metodologías de enseñanza que potencien sus competencias académicas (de Dios Pérez, 2019).

Tradicionalmente, se consideraba a este grupo estudiantil como homogéneo y no se tenían en cuenta características que configuraban su identidad.

En los últimos años, una parte importante de los equipos de investigación comenzó a indagar acerca de las características de los estudiantes universitarios en América Latina, movidos por la certeza de que es necesario tener un acercamiento diferente y construir un objeto de estudio susceptible de abordarse desde distintas perspectivas. Estos estudios dan cuenta de la diversidad de los sujetos: de sus características demográficas, socioeconómicas, psicológicas, educativas, y de su capital social y cultural. También reconocen sus valores, sus creencias, y sus expectativas. Todo ello apunta a considerar que se está conformando una nueva identidad del estudiante universitario, dada la diversidad de perfiles y atributos –relativamente novedosos– presentes en esta población en las últimas décadas (Parra Sandoval, 2021, p. 12).

Las investigaciones que abordan el perfil de estudiantes universitarios desde sus características demográficas y condiciones socioeconómicas deberían profundizar dimensiones que permitan conocer

quiénes son esos estudiantes (edad, género autopercebido, origen familiar y de procedencia, porcentaje de estudiantes que estudian y trabajan, entre otras) para perfilar su capital cultural y social, sus carencias y debilidades, que inciden en la posibilidad de terminar sus estudios como en su vida profesional y personal y que, además, sirven de insumo para la revisión de las políticas públicas, tanto institucionales como gubernamentales (Brunner y Miranda, 2016).

Por lo anteriormente expuesto, sería interesante acercarse un poco más a los alumnos para conocer sus particularidades, sus orígenes, ambiciones y motivaciones y así colaborar con el sistema educativo en la búsqueda de nuevos caminos metodológicos.

El objetivo del presente capítulo es:

Analizar los orígenes, ambiciones profesionales, valoración sobre el DT en el GR y motivaciones de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR.

3.2. Materiales y métodos

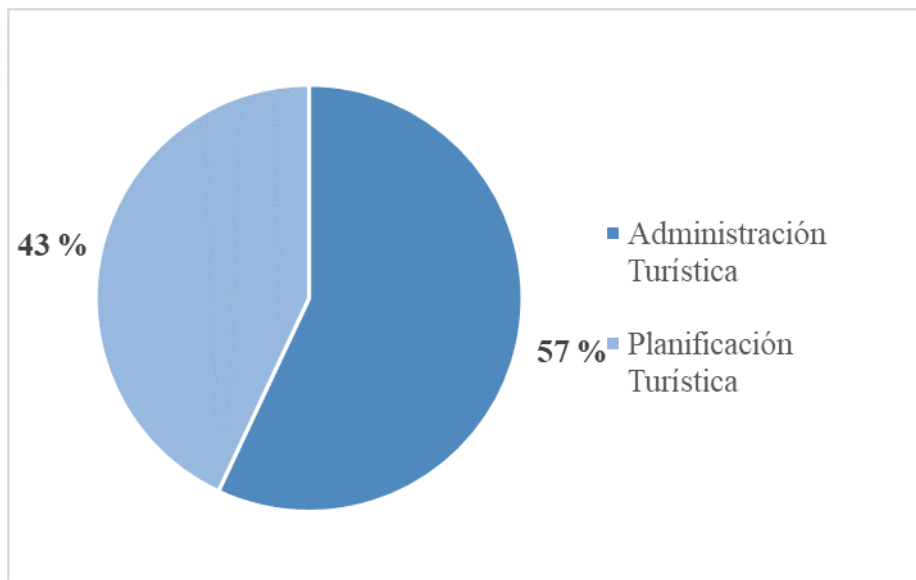
Ver la sección 2.8 en el capítulo 2

3.3. Resultados y discusión

Los resultados y su discusión se presentan en las 4 secciones con las que se estructuró la encuesta (ver la sección 2.7 en el capítulo 2)

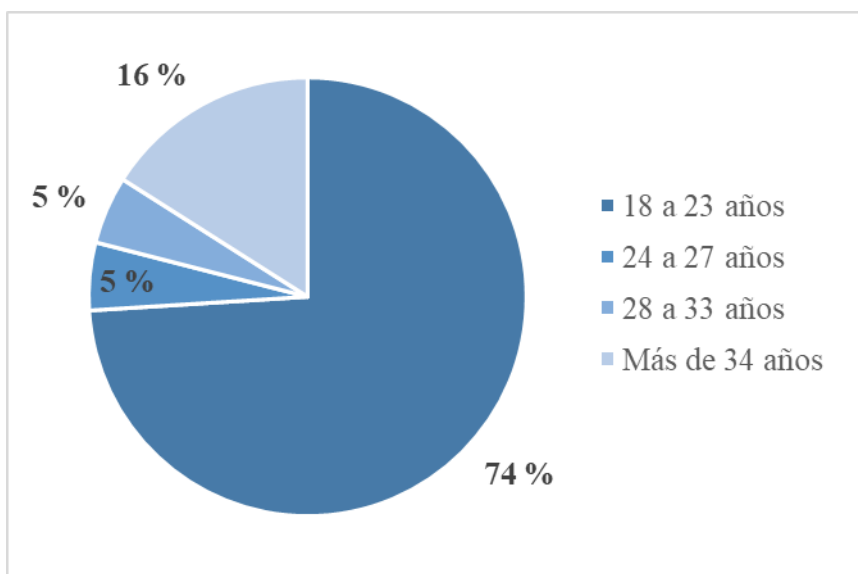
3.3.1. Caracterización del alumnado

Figura 3.1: P3 - Orientación elegida.



La orientación más elegida es AT, la cual supera en un 14 % a la orientación en PT. Predomina el género autopercebido como femenino, alcanzando el 80 % (ver Figura B.1 en Anexo B).

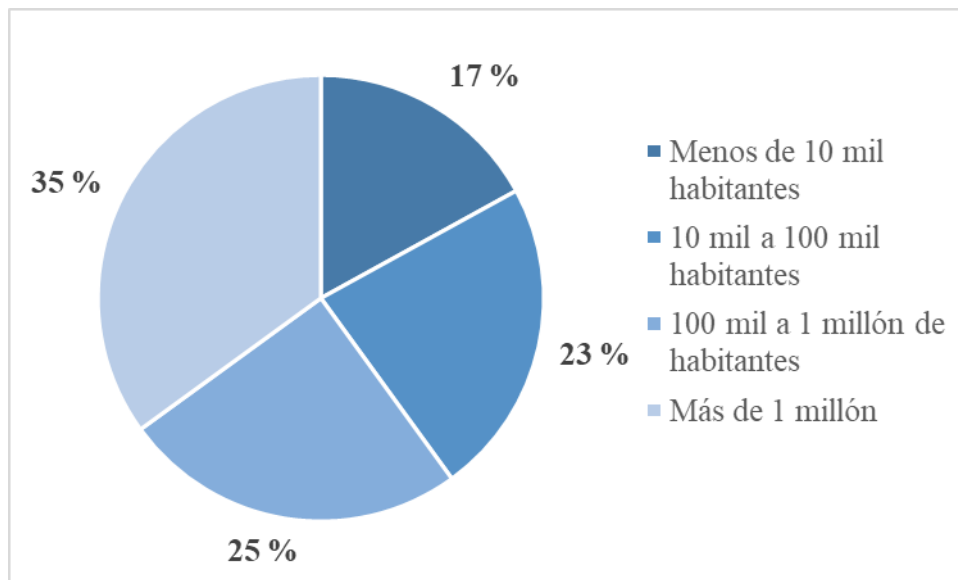
Figura 3.2: P5 - Edad.



Sobresale la franja etaria entre 18 y 23 años con 74 %, seguido de una franja de más de 34 años con un 16 %. Por último, los correspondientes a la franja de 24 a 33 años constituyen el porcentaje

más bajo (10 %).

Figura 3.3: P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios.



Menos del 1 % es extranjero (ver Figura B.2 en Anexo B). El 90 % es oriundo de la provincia de Santa Fe (ver Figura B.3 en Anexo B), aunque el 65 % no habita el GR. El 83 % proviene de localidades urbanas (Dirección Nacional de Población, 2018), distribuyéndose, en forma decreciente, entre el GR (35 %), algunas ciudades capitales de provincias, Pergamino y Rafaela (25 %) y en ciudades con menos de 100 mil habitantes (23 %). Solo el 17 % proviene de pueblos. El 58 % finalizó la escuela secundaria en una institución privada (ver Figura B.4 en Anexo B).

Figura 3.4: P10 - Rubro de trabajo de sus progenitores.



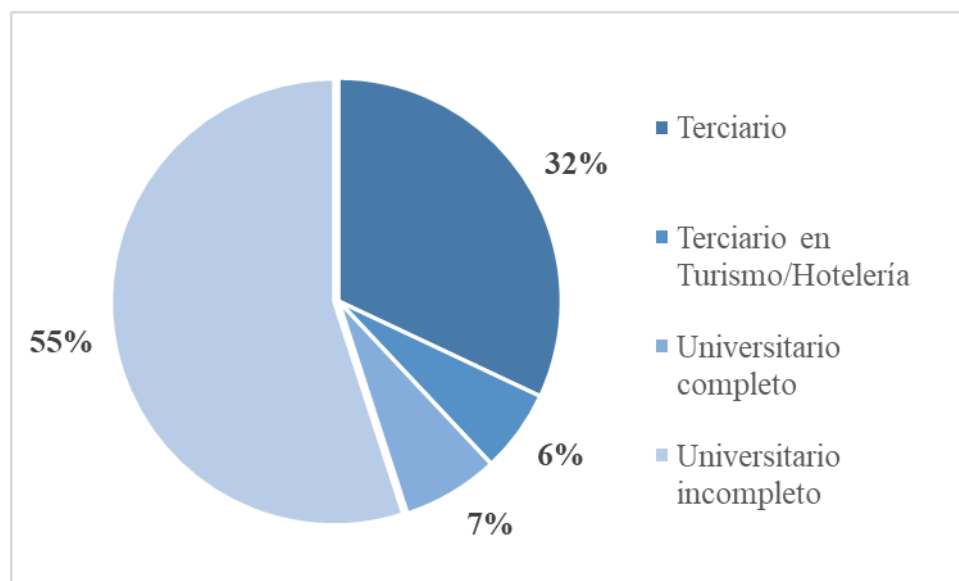
Sus progenitores trabajan en muy variados rubros, algunos de los cuales no fueron contemplados al formular la pregunta (*Otros*). Priman los rubros provenientes del comercio, la educación y los servicios. Las actividades vinculadas al Turismo y la comunicación son las menos destacadas.

Figura 3.5: P11 - Tipo de trabajo de tus progenitores.



La mayoría de los progenitores son empleados, existe un importante porcentaje de mujeres que trabaja como amas de casa y no menos importante es la participación de pequeños contribuyentes (monotributistas). Es baja la proporción de jubilados y aún menor, la de empresarios/productores.

Figura 3.6: P12 - Niveles de estudios previos.



El 55 % declaró haber iniciado otra carrera universitaria que no culminó. El 32 % tiene estudios

terciarios previos. Sin embargo, es muy baja la proporción correspondiente a hotelería y Turismo (6 %). El 7 % tiene estudios universitarios completos.

El 70 % no posee un certificado de estudio avanzado en lengua extranjera (ver Figura B.5 en Anexo B).

Solo el 35 % trabajaba en el 2021 (ver Figura B.6 en Anexo B) y un ínfimo porcentaje en Turismo (5 %) (ver Figura B.7 en Anexo B).

Discusión: Los resultados muestran que el porcentaje de deserción de los estudiantes se corresponde con los reportados en el ámbito universitario estatal (aproximadamente 80 %) (Celada, 2020). Entre las principales causas para el abandono de estudio, la autora cita las bajas competencias y/o conocimientos adquiridos en el nivel educativo secundario, la pertenencia a sectores bajos o medio bajos y la carencia de acervo de capital cultural que dificultan la adaptación a la vida universitaria.

La elección de la orientación en AT está centrada en la oferta del enfoque del Turismo tradicional como negocios, a la que recientemente se combinó con la incorporación de habilidades sociales (SmArt THC LATAM, s.f.). Además, está vinculada con la idea de un mejor salario, por ser más fácilmente combinable con otras áreas como marketing digital, comercio turístico, gestión de gerencias y procesos administrativos (Euroinnova, s.f.).

Una característica del sistema universitario argentino es que su matrícula está conformada mayoritariamente por mujeres, incrementándose en cada año su proporción. Además, dicho porcentaje asciende a 83 %, de carreras vinculadas a las Ciencias Sociales (Ministerio de Educación, Argentina, 2021), en coincidencia con la proporción obtenida en la muestra analizada.

A diferencia de otras carreras universitarias, las Licenciaturas en Turismo nacionales cuentan con estudiantes más jóvenes, lo cual presupone que se está en presencia de una carrera que si bien lleva más de 20 años en el sistema educativo, toma mayor fuerza y publicidad recién entre fines del siglo XX y principios del XXI (Korstanje, 2013). Sin embargo, la presencia significativa de estratos etarios más avanzados responde a una tendencia del sistema educativo general: según el Sistema de consulta de Estadísticas Universitarias, en Argentina hay un crecimiento de la cantidad de adultos, mayores de 30 años, que comienzan una carrera en la Universidad. Así, en 2001, este grupo representaba el 9 %, y en 2017, se elevó a 21 % (Balderrama, 2021).

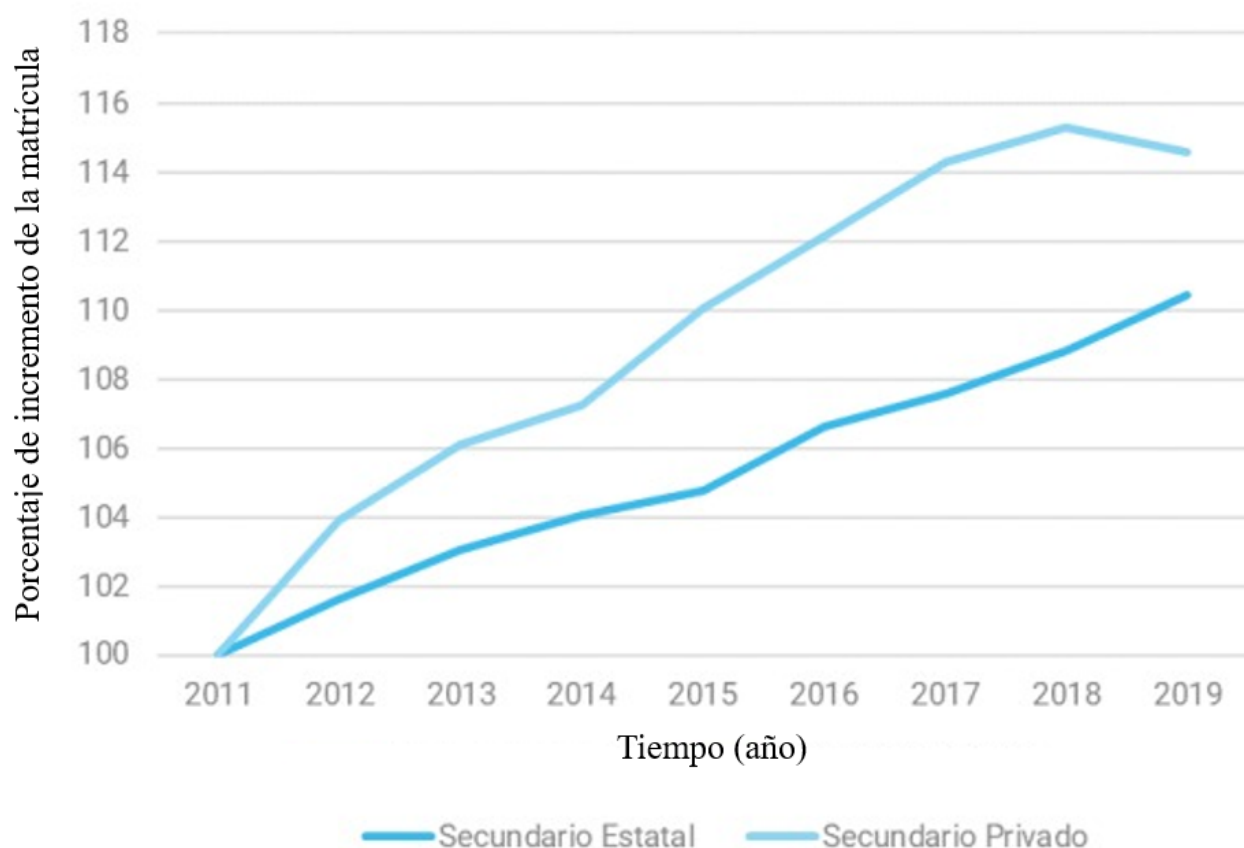
La mayoría de los estudiantes provienen de localidad urbanas (Lossio y Peretti, 2020) de diferentes

tamaños correspondientes a un territorio que rodea al GR, indicando lo acertado de la propuesta del sistema público en la región, el cual canalizó aspectos de interés social en el Turismo que no se ofrecían hasta el presente. La incorporación de innovación en la calidad de la educación en Turismo es un aspecto señalado como clave por la Organización Mundial de Turismo (OMT, s.f.).

La presencia de estudiantes provenientes del continente americano resultó menor a lo registrado en el sistema nacional (Departamento de Información Universitaria, 2021).

Finalmente, la educación estatal secundaria cubre el 71 % de la matrícula del nivel. El crecimiento global ya señalado de 12 puntos es un punto de equilibrio entre el incremento del 10 % de la matrícula estatal y del 15 % de la privada. El mayor ritmo de la matrícula de gestión privada se expresa en la mayor pendiente de la curva del gráfico (Figura 3.7), la cual crece hasta 2018 para estancarse a fines del período. En valores absolutos ingresan al subsistema de nivel secundario estatal 259.716 estudiantes más. Las trayectorias se discontinúan tempranamente en el nivel secundario, y este acontecimiento resulta más frecuente entre estudiantes del sector estatal (Dabenigno y Bottinelli, 2022).

Figura 3.7: Evolución de la matrícula de nivel Secundario común por sector de gestión.



Total del país. Años 2011-2019. Base 100 en 2011. (Dabenigno y Bottinelli, 2022).

Los ingresantes a la universidad estatal provienen mayormente de escuelas secundarias privadas. Ya en el año 2000, según censo de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA), se destacaba que el 52 % provenían de colegios de gestión privada.

El rubro y tipo de trabajos de los progenitores responden a las características típicas de la clase media argentina con movilidad social ascendente, según los estudios tradicionales sobre clases sociales: bajo grado de desempleo, estratificación ocupacional, manteniendo sus activos en aspectos sociales y culturales (Díaz, 2022; Mociulsky, 2022). Sin embargo, esta clase social sufre un proceso de deterioro. Desde 2016 se verifica un descenso social generalizado según detalla el Instituto para el Desarrollo Social Argentino (IDESA).

Según la cifra aportada por la Unesco, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y el Banco Mundial, el porcentaje de estudios universitarios incompletos en América

Latina se acerca a tasas cercanas al 40 % (Guía Proyecto Alfa, 2014). En lo que refiere a Argentina, el abandono se sitúa en valores cercanos al 50 % (García de Fanelli y Jacinto, 2010). Para completar este análisis, el abandono de las carreras previas, en muchos casos, se corresponde con estudiantes que cambian de carrera (Zandomeni et al., 2016). En las Universidades públicas, uno de cada cinco estudiantes, cambia de carrera después del primer año (Fernández, 2020). Otro indicador, la tasa de cambio entre ofertas académicas, dio a conocer en 2021 que el 23 % de los estudiantes cambiaba de carrera en su segundo año de cursado, de los cuales el 10 % lo hizo hacia una oferta de diferente rama que la elegida inicialmente (Ministerio de Educación, Argentina, 2021). El importante porcentaje de estudiantes con estudios terciarios se debe a una fuerte expansión de la oferta de terciarios técnicos, a la creciente masificación de la escuela secundaria de los distintos sectores sociales, a cierta tradición de las clases medias y al hecho de no exigir exámenes de ingreso (Balderrama, 2021). Sin embargo, el porcentaje de jóvenes que realiza estudios terciarios en Turismo es bajo porque la oferta en la ciudad es mucho más reciente (Rosselli, 2020).

Tradicionalmente, se considera a la Argentina como un país con un nivel elevado de conocimiento de lenguas extranjeras, particularmente en inglés, para América Latina. Este ha disminuido en los últimos años (Education First, 2022). Sin embargo, no se dispone de estadísticas que muestren el nivel alcanzado a través de certificaciones. El Ministerio de Educación Argentino, modificó el diseño curricular y rediseñó algunas proposiciones metodológicas que han contribuido al fortalecimiento del aprendizaje del idioma extranjero al interior de las aulas de clase (Fábrega et al., 2021). En ningún caso se encuentran estadísticas con el grado de certificación alcanzado.

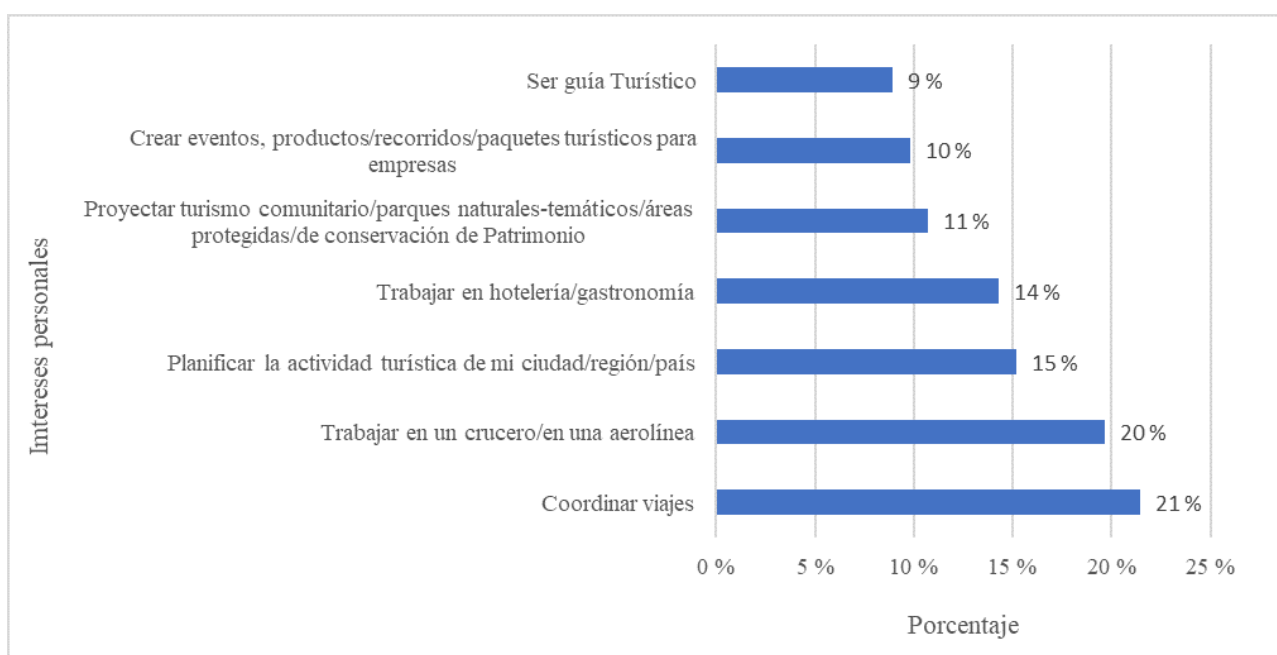
La simultaneidad del trabajo durante los estudios universitarios se reconoce como un fenómeno generalizado a nivel mundial y la Argentina no escapa a esta tendencia. Si bien la proporción de estudiantes que trabajan difiere entre carreras, en un estudio de la UNL se encontró que entre 50 y 86 % de los estudiantes encuestados, demostraba experiencia laboral (Nessier et al., 2018). Según las estadísticas de los países que integran la OCDE, el promedio de jóvenes que estudian y trabajan entre los 18 y 24 años es el 17 %. Y los 5 países que lideran los resultados (Holanda, Islandia, Dinamarca, Suiza y Australia) están entre 41 y 33 %. Nuestro país se ubica un poco por debajo (24 %) (Polack, 2020). Por otro lado, un porcentaje despreciable de los estudiantes universitarios que se encuentra en el mercado laboral está inserto en el área de Turismo dado que, el GR ofrece poca demanda laboral en relación al Turismo. En efecto, el Observatorio Turístico de la ciudad de Rosario, señala que dicho

rubro representaba el 4 % del promedio de puestos de trabajo de la ciudad para el Año 2019 (Dirección de comunicación estratégica, Subsecretaría de Turismo de Rosario, 2019) desarticulado con el sistema educativo (Wallingre, 2010).

La discusión de los resultados demuestra la importancia de contar con un panorama informativo preciso, fidedigno y actualizado sobre la proveniencia, situación espacio temporal, el nivel socio-económico y de estudios previos alcanzados como el primer paso para colaborar con el diagnóstico de estudiantes que forman parte del primer ciclo de una nueva carrera.

3.3.2. Ambiciones profesionales

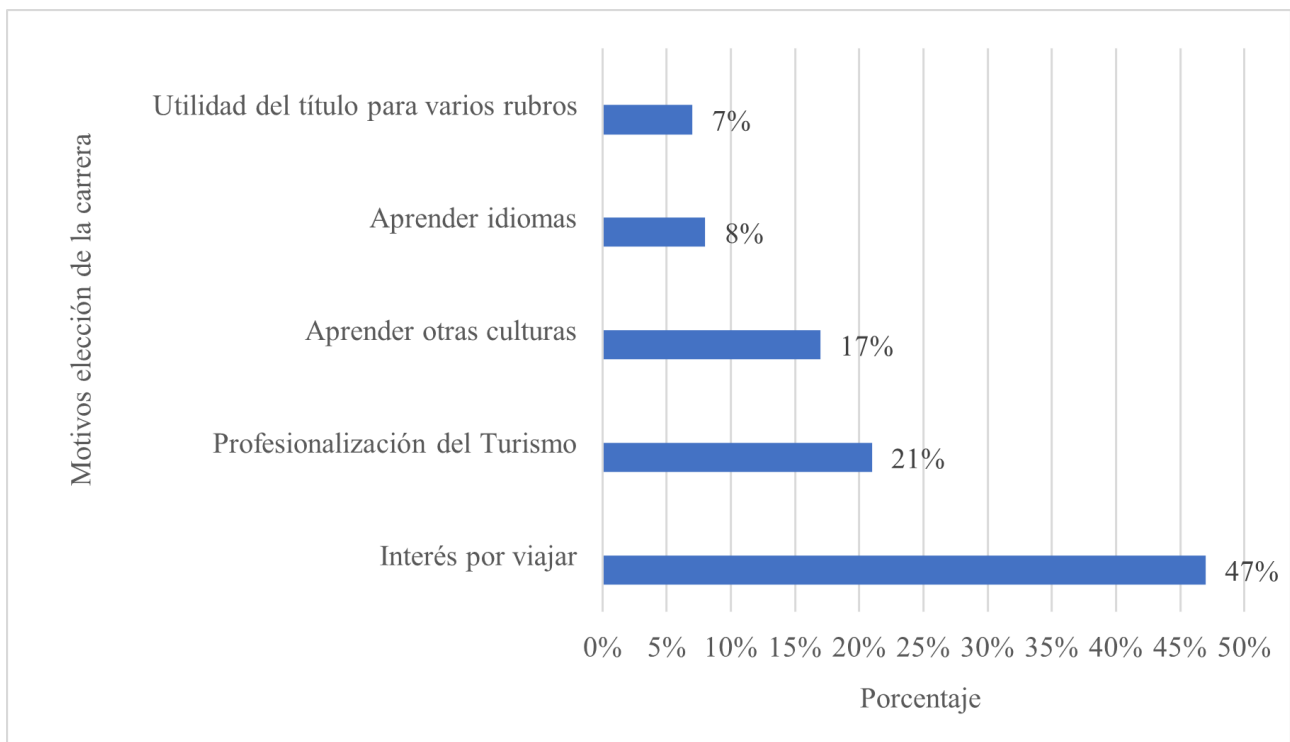
Figura 3.8: P15 - Intereses personales.



Entre las 17 opciones utilizadas para evaluar los intereses personales, la coordinación de viajes y el trabajo en una aerolínea/crucero representaron alrededor de 20 % cada una, la planificación de la actividad turística a nivel de ciudad/región/país y el trabajo en hotelería/gastronomía cerca de 15 % cada una mientras que la realización de proyectos en Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio, la generación de eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas y volverse guía Turístico cerca de 10 % cada una. Las opciones restantes: programar una plataforma de reservas informáticas online, analizar datos, etc.,

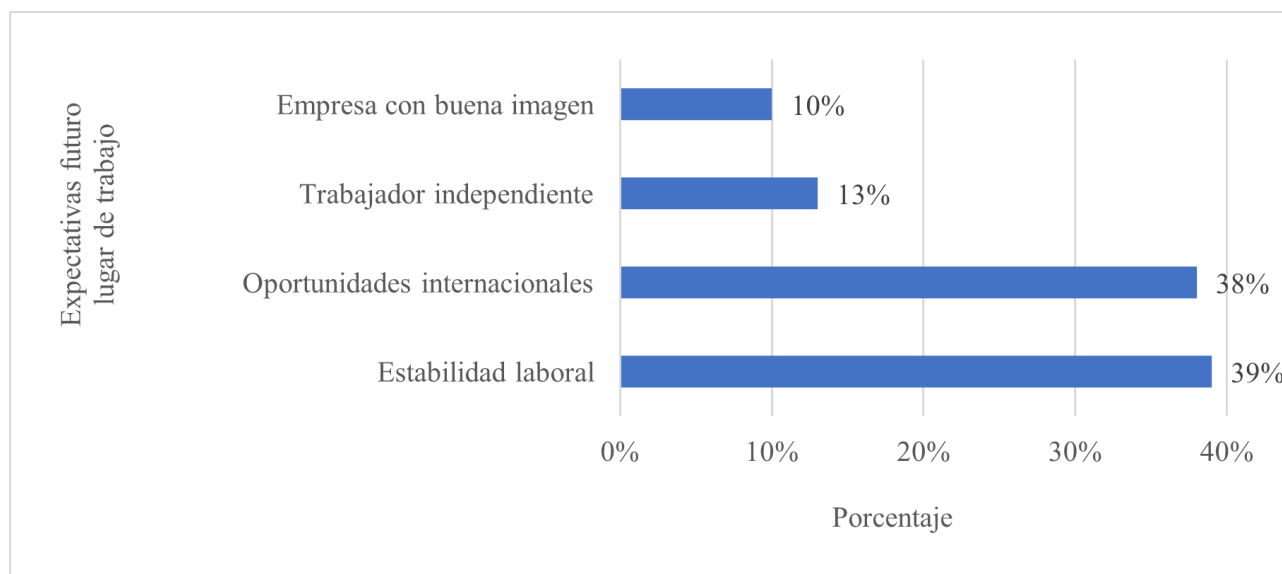
colaborar en el desarrollo de políticas de Secretarías de Turismo, realizar consultorías turísticas, analizar mercados turísticos, ser Community Manager (gestionar redes y comunicación online), redactar acerca de destinos y servicios turísticos, tener su propia flota de traslados (a diferentes escalas), enseñar en institución/es, ser influencer del Turismo en Instagram y trabajar en la OMT, representaron menos del 5 %.

Figura 3.9: P16 - Motivos para la elección de la carrera.



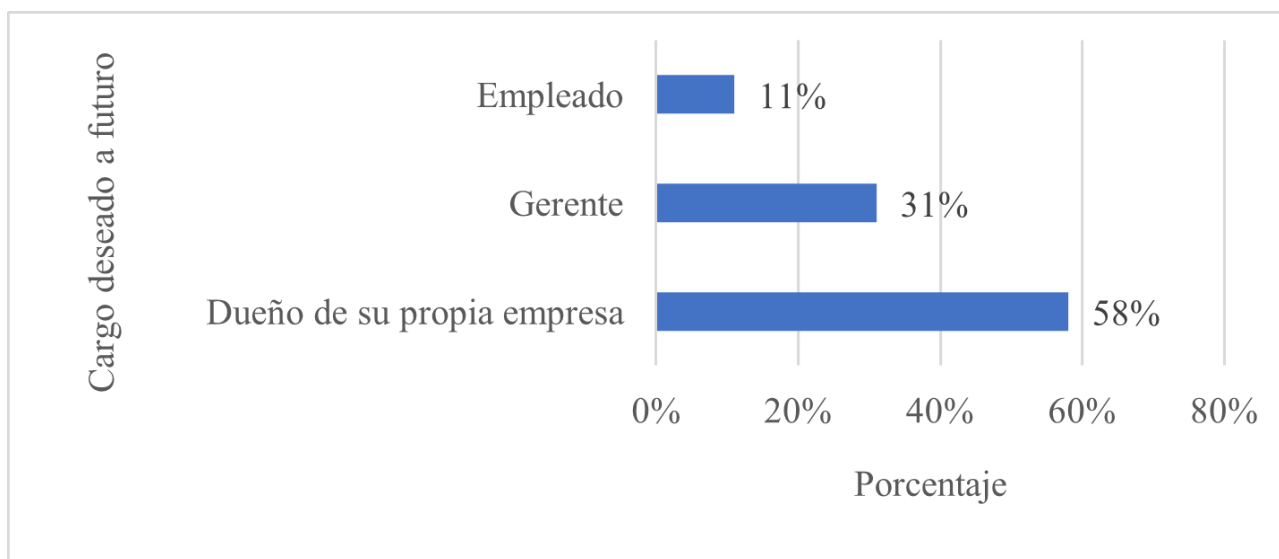
Entre los 10 motivos propuestos para la elección de la carrera, el interés por viajar representa 46 %, seguido por la profesionalización del Turismo y el aprendizaje de otras culturas con aproximadamente 20 %, seguido del interés por los idiomas y por la utilidad del título para varios rubros con 8 %. Las opciones restantes: materias muy interesantes, rubro bien pago, requisito del título para profesionalizar su empleo en Turismo, buena salida laboral, vinculación con personas y/o comunicación representaron menos del 5 %.

Figura 3.10: P17 - Expectativas del futuro lugar de trabajo (1-10 años).



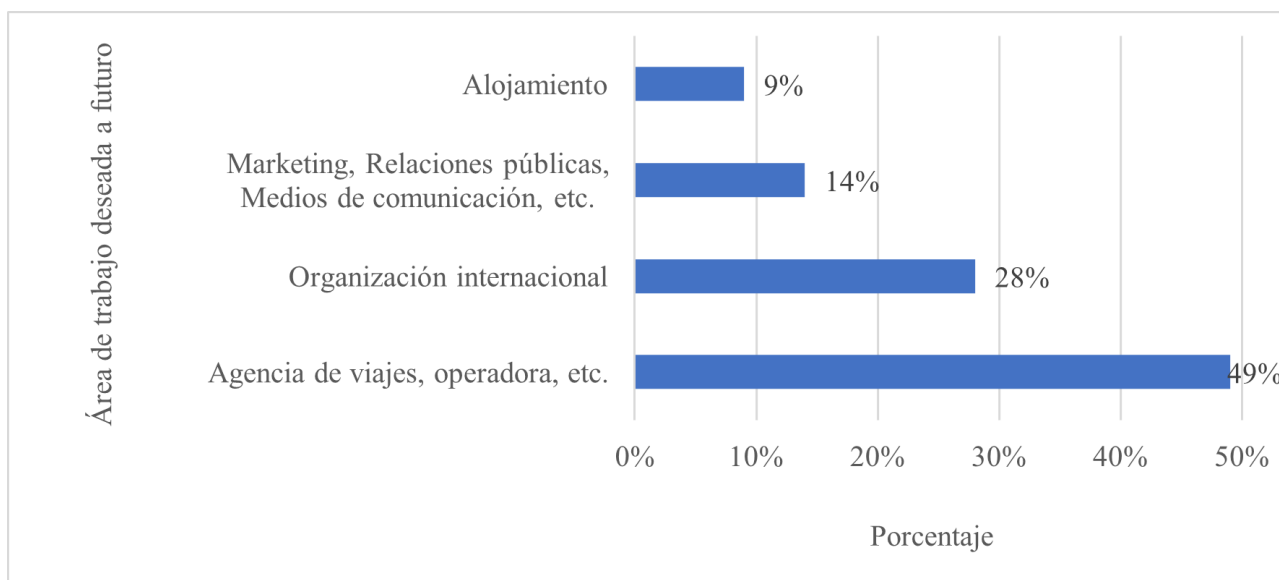
El estudiantado espera mayoritariamente, en un horizonte temporal de hasta 10 años, un futuro con estabilidad laboral y oportunidades profesionales en el exterior. Ello representa 39 % cada uno. También, fue importante considerarse como trabajador independiente, 12 % y formando parte de una empresa con buena imagen, 10 %. No fueron importantes las ocho consideraciones siguientes: salario competitivo, horas de trabajo flexibles, protección laboral (ej.: agremiado, seguro desempleo, etc.), cursos de formación pagos por la empresa, posibilidad de crecimiento rápido, colegas útiles y colaboradores, empresa con tecnología avanzada y comisiones y otros beneficios además del salario (menos 5 %).

Figura 3.11: P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro lugar de trabajo (1-10 años) .



En el mismo horizonte temporal, la mayor parte espera ser dueños de su propia empresa, 57 %, gerente, 31 % y en menor medida, considerarse como empleado, 11 %. No les atrajo la opción de subgerencia (menos 5 %).

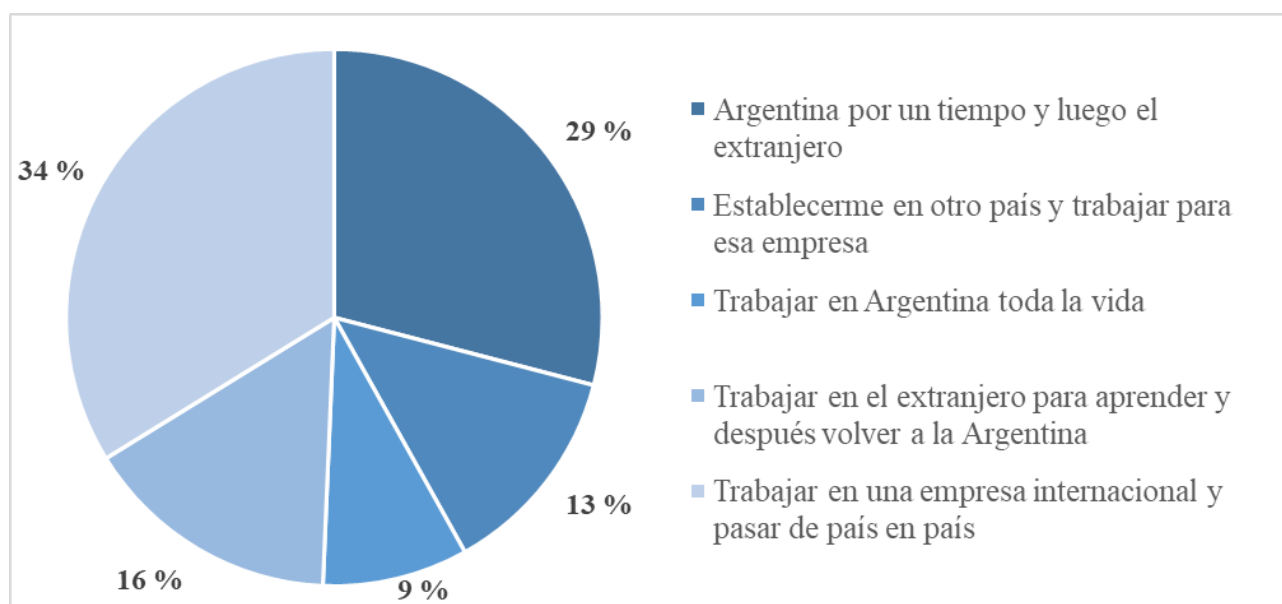
Figura 3.12: P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro (1-10 años).



Las áreas de trabajo que les gustaría ocupar son, principalmente las agencias de viajes, operadoras, etc., 49 %, acompañadas por las organizaciones internacionales, 27 % y con poca participación de las áreas de marketing, relaciones públicas, medios de comunicación, y alojamiento, ocupando 14 %

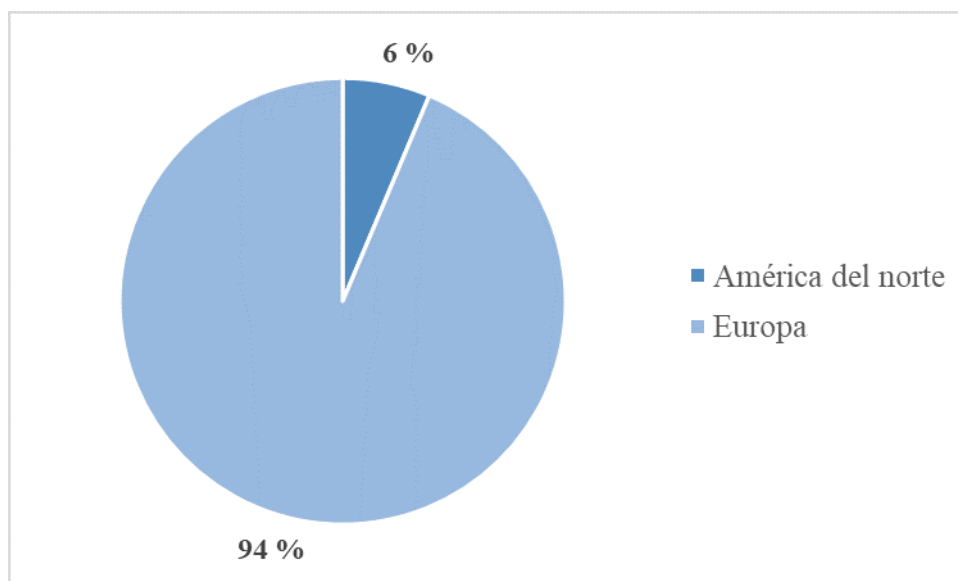
y 9 %, respectivamente. Docencia, investigación, tecnología de la información, política, gastronomía, transporte, consultoría y organización pública, constituyen áreas de muy poca importancia (menos 5 %). Alrededor del 70 % aspira a trabajar en el sector privado (ver Figura B.9 en Anexo B) y a nivel Internacional (ver Figura B.8 en Anexo B). La mitad anhela formar parte de una empresa internacional. La elección de empresas de ámbito nacional, se reparte entre empresas micro, pequeña y mediana, cada una con aproximadamente 14 % y grandes, 8 % (ver Figura B.10 en Anexo B).

Figura 3.13: P22 - Localización del futuro lugar de trabajo.



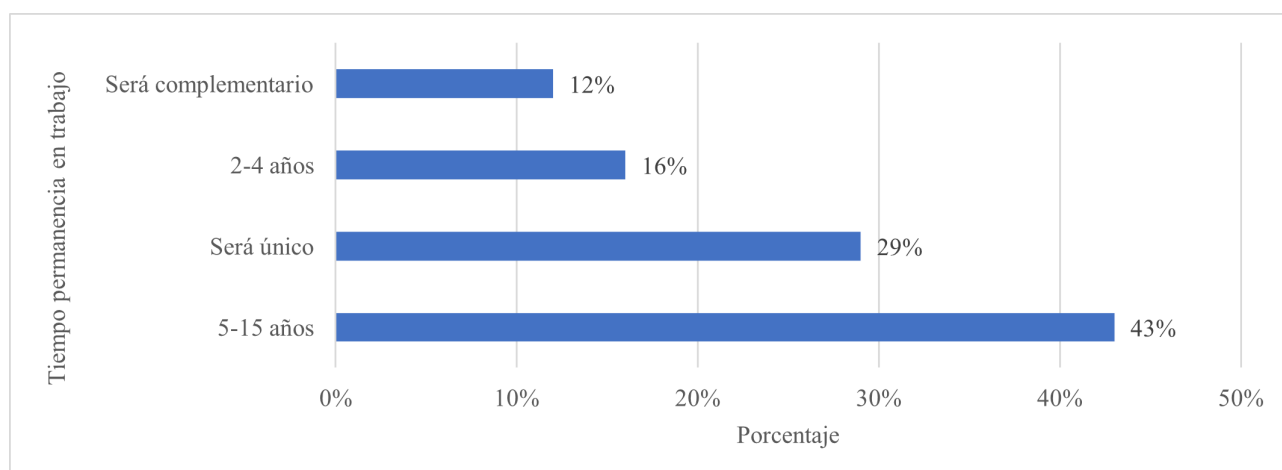
En cuanto a la localización de la empresa, el 34 % prefiere trabajar en el exterior y pasar de país en país y el 13 %, establecerse en otro país y trabajar para esa empresa. Solo el 16 % plantea aprender en el extranjero y luego volver. Sin embargo, casi el 30 % pretende tener empleo en Argentina por un tiempo y luego obtenerlo el extranjero. Muy pocos eligen trabajar en Argentina durante toda su vida, 9 %.

Figura 3.14: P23 - Localización región/continente futuro lugar de trabajo.



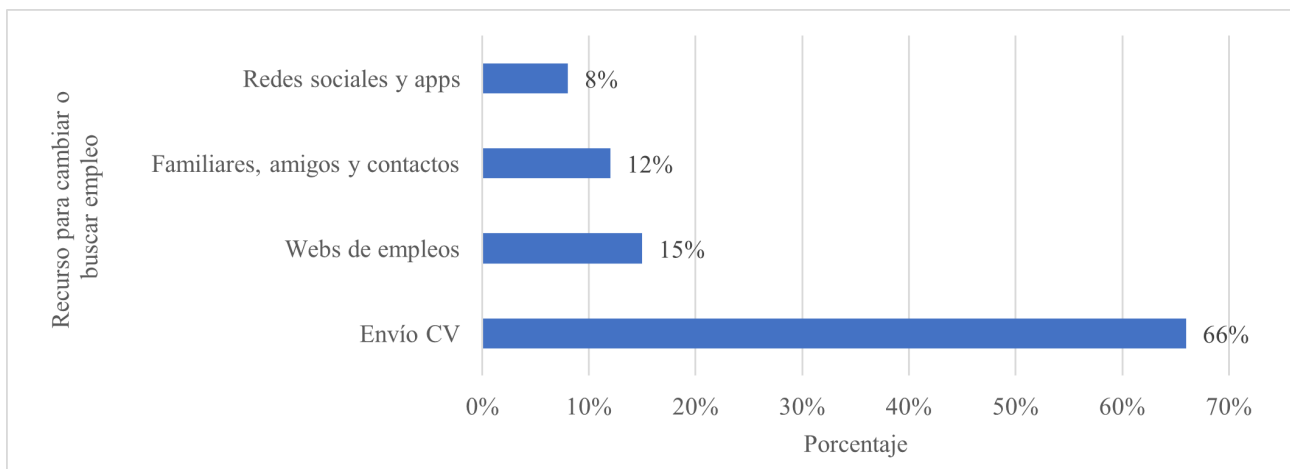
Cuando se hace referencia a lo internacional, EU ocupa el 94 % de las regiones/continentes elegidos, seguido por América del norte con 6 %. Latinoamérica, África, Asia y Oceanía no constituyen lugares interesantes para trabajar (menos 5 %).

Figura 3.15: P24 - Tiempo de sostén del futuro lugar de trabajo.



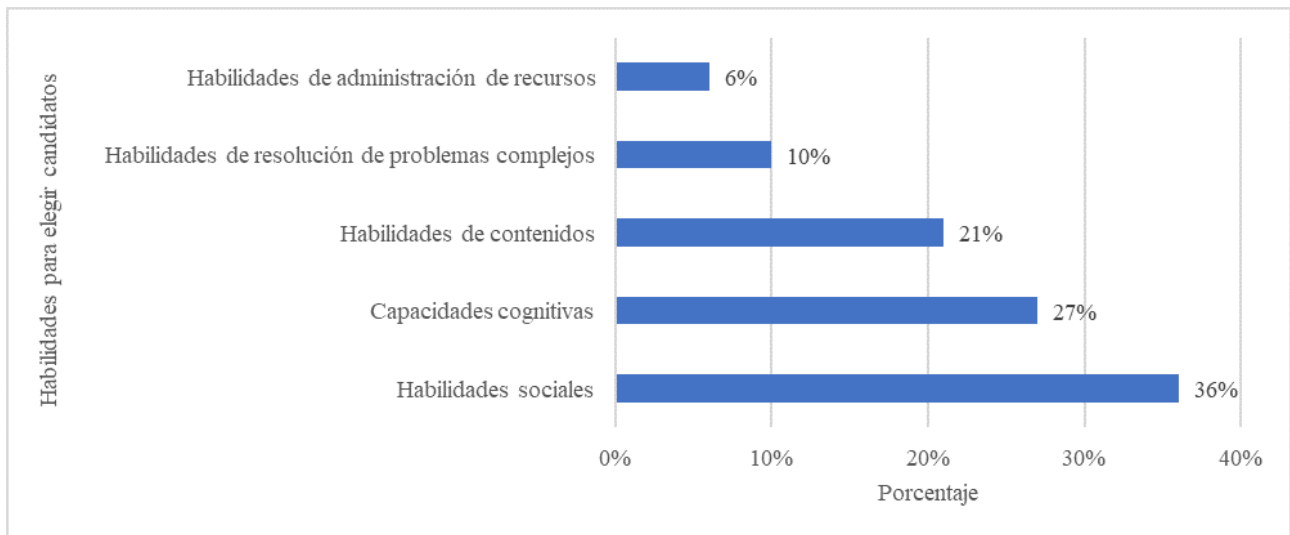
El 43 % cree que puede sostener su trabajo entre 5 y 15 años, el 29 % que lo sostendrá siempre, el 16 % entre 2 y 4 años, el 13 % lo considera como un trabajo complementario y menos del 5 % por menos de 1 año o que será reemplazado por robots.

Figura 3.16: P25: Recurso para cambiar o buscar trabajo.



Consideran que el recurso más importante a la hora de buscar o cambiar de trabajo es el envío de su CV (66%). Menos importantes son el uso de webs de empleos (15%), familiares, amigos y contactos (12%) y redes sociales y apps (8%). El uso del servicio estatal y el periódico prácticamente no están considerados.

Figura 3.17: P26 - Habilidades que los empleadores consideran importantes para elegir candidatos según los estudiantes.



El 36% estima que la elección de candidatos por parte de los empleadores se basa en habilidades sociales (enseñar, persuadir y negociar, inteligencia emocional, orientar, coordinar con otros), el 27% en capacidades cognitivas (comprender problemas, pensamiento lógico y matemático, creatividad),

el 21 % en habilidades de contenidos (alfabetismo TICs, lengua extranjera, expresión oral y escrita, lectura), el 10 % en habilidades para la resolución de problemas complejos y el 6 % en habilidades de administración de recursos (tiempo, materiales, personal, financieros). Las habilidades sistemáticas (capacidad de juicio y toma de decisión, análisis de sistemas) y de procesos (monitoreo propio y de otros, pensamiento crítico, escucha activa), son muy poco tenidas en cuenta por los estudiantes (menos 5 %).

Discusión: Esta comunidad de estudiantes comparte un conjunto de símbolos y conceptos, en su memoria y su imaginación, en el sentido que son percibidas y aceptadas como patrimonio común, independientemente de las directrices religiosas, políticas y culturales, que forman parte de dicha comunidad. La formación y reelaboración de dicha imaginación colectiva, está manejada por los modernos medios de comunicación de masas, que hacen accesible y global, la información y las imágenes (Morin, 1994). Este colectivo social busca mayoritariamente profesionalizarse para viajar al exterior, particularmente a EU, trabajando de forma estable como coordinadores de viajes y en aerolíneas/cruceros. Para lograrlo, aspiran a ser dueños o gerentes de empresas privadas (agencias de viajes, operadoras, etc.), residiendo mayormente en el extranjero, con aprendizaje, en paralelo, de otros idiomas y culturas en un horizonte temporal de mediano plazo. El uso del CV es la principal herramienta para conseguirlo. Consideran que sus posibles empleadores eligen los candidatos en base a habilidades sociales y en capacidades cognitivas. En efecto, existen estudios realizados en diferentes continentes, que muestran similitudes con algunos resultados del presente trabajo. En todos los casos, se expresa mayoritariamente un deseo de profesionalización para poder viajar al exterior, aprender idiomas, conocer otras culturas y ser contratados en empresas internacionales privadas, como gerentes. Además, la visión de los estudiantes sobre su perspectiva laboral, difiere de las competencias requeridas por los empleadores y el contexto global (Hjalager, 2003; Kim et al., 2008; Arthur et al., 2012; Mohammad y Alsaleh, 2013; Shaikh y Syed, 2013; Buzinde et al., 2014; Da Silva Aña na et al., 2019).

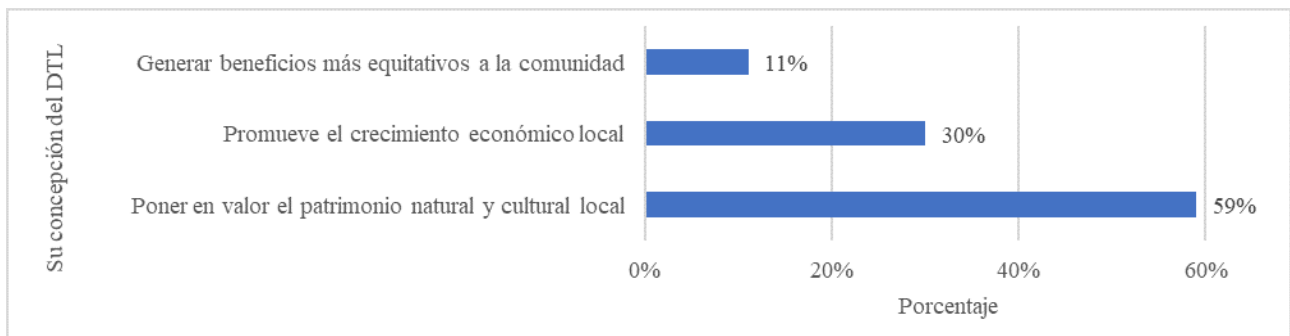
Un análisis de resultados de la Encuesta Mundial de Valores realizada en 43 países (proyecto global de investigación social que explora los valores y opiniones de la gente, sus cambios en el tiempo, y su impacto social y político (Inglehart et al., 2000)), mostró que la globalización y la integración regional alrededor de mundo, han producido un patrón identitario con características globales — una

suerte de identidad supranacional, especialmente entre los más jóvenes — respecto de lo que sería su bienestar (Moyano-Díaz y Palomo-Vélez, 2018). En el presente trabajo, EU refleja un imaginario laboral multidimensional, interviniendo de manera decisiva en la prospección acerca del bienestar futuro. Esto estaría explicando la relación entre la satisfacción con el país en el que se vive y el bienestar personal, considerando elementos tales como condiciones de vida, nivel de corrupción, delincuencia y peligrosidad, etc. Los estudiantes de la Licenciatura en Turismo, hacen una evaluación global negativa de la Argentina y proyectan posibles escenarios futuros positivos respecto del propio bienestar en EU. La historia argentina está signada por la inmigración y la emigración, en relación a la visión europeísta que prima entre sus habitantes. La hostilidad del mercado laboral y de la generada por la pandemia, fortalecen el deseo de los jóvenes, quienes apuestan por un crecimiento personal/profesional en el exterior. El sondeo (CIS, 2021), arrojó que, antes de la expansión del coronavirus, el 75 % de los encuestados (con edad promedio de 32 años) evaluó la posibilidad de abandonar el país y en plena pandemia, 8 de cada 10 argentinos, con capacidad de pensar a largo plazo, estaban pensando en irse. Los últimos datos publicados por (*World Migration Report 2022*, 2021) indican que un millón de argentinos vive hoy en el exterior, la mayoría en España (25 %) e Italia (9 %) y otro tanto en EE.UU. (11 %).

Por otro lado, las expectativas de los estudiantes en relación a su inserción laboral y la elección de la carrera indican cierta presencia de estereotipos vinculados al viaje, el placer y la distracción en relación a la investigación científica, la docencia o la dedicación académica. La inserción laboral y la posibilidad de alternar placer y trabajo parecen ser las principales expectativas con referencia a la carrera elegida. Según Korstanje (2011), la tensión observada entre expectativas y realidad sugiere la posibilidad de considerar a las primeras como formas proyectadas de las diferentes privaciones experimentadas en el medio. Además, la remarcable brecha existente entre las ambiciones profesionales y las necesidades de los empleadores, refleja la falta de abordaje de la complejidad del problema (Rhew et al., 2019).

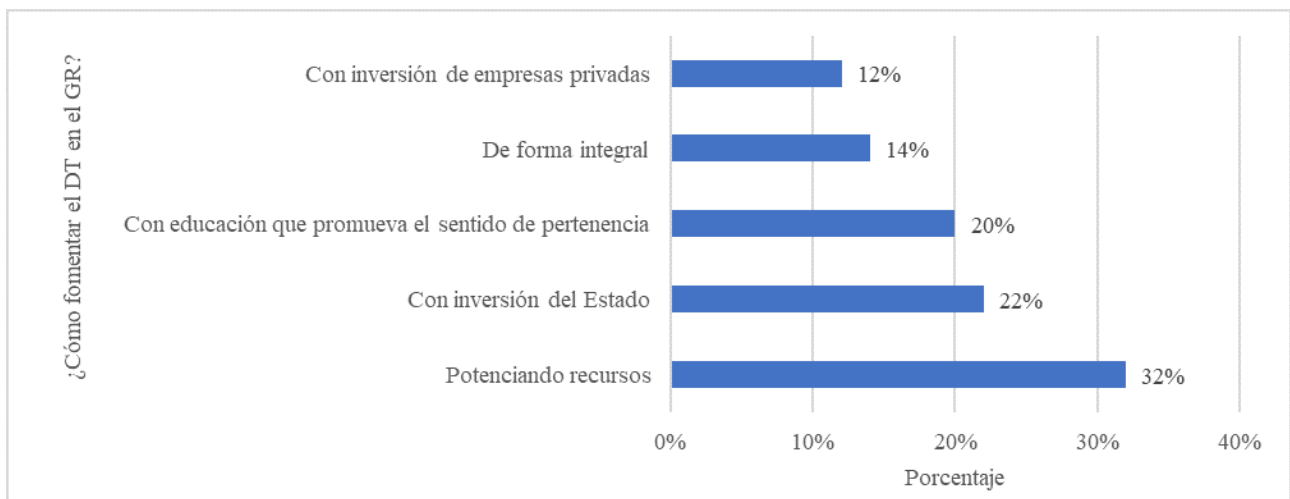
3.3.3. Desarrollo Turístico Local

Figura 3.18: P28 - Su concepción del DTL.



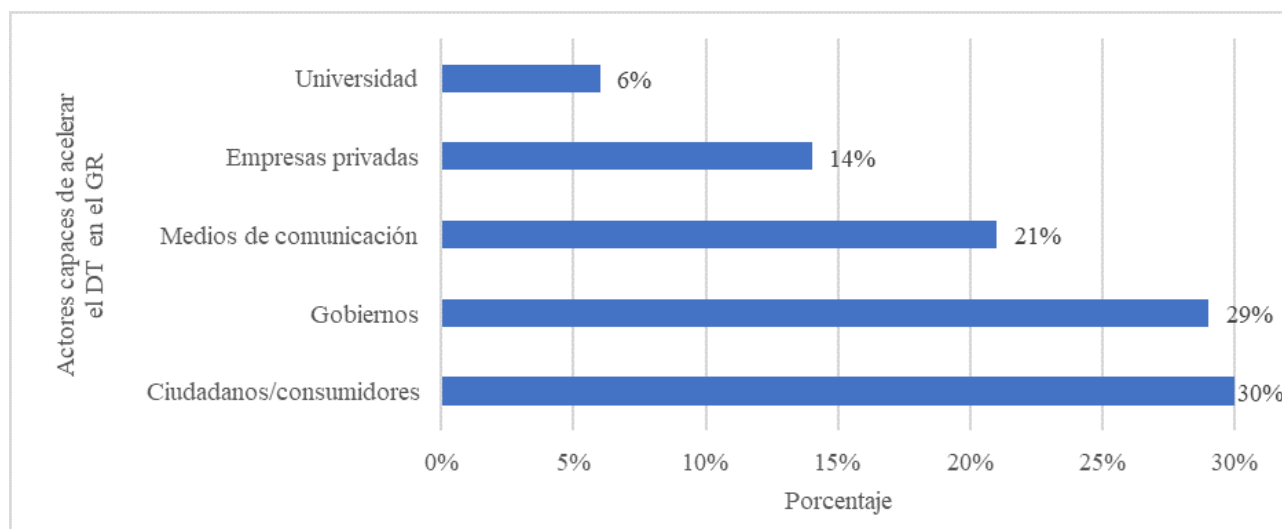
Consideran que el DTL consiste en poner en valor el patrimonio natural y cultural local (59%). También, fue importante la promoción del crecimiento económico local (30%) y la generación de beneficios más equitativos para la comunidad (11%). La búsqueda de herramientas para aliviar la pobreza y considerar el desarrollo como una fantasía o una moda pasajera, no fueron conceptos representativos (menos 5%).

Figura 3.19: P29 - ¿Cómo fomentar el DTL en el GR?.



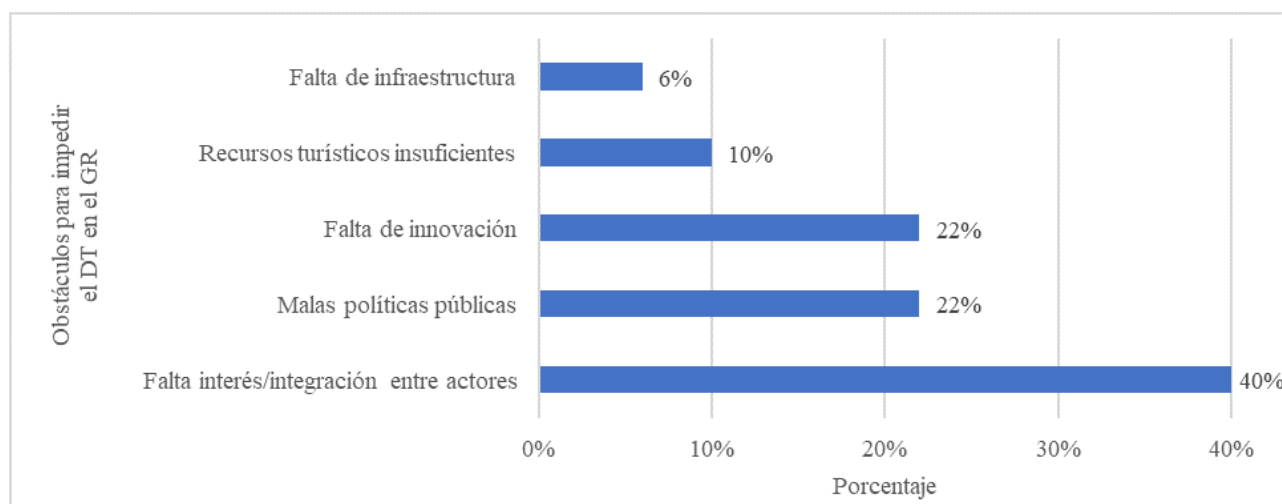
Lo más importante para fomentar dicho desarrollo es la potenciación de recursos (32%), seguidos de las inversiones del Estado (22%) y la educación que promueva el sentido de pertenencia (20%), con inversión de empresas privadas (12%) y teniendo en cuenta todo lo anterior (14%). Las inversiones extranjeras y la investigación no fueron instrumentos tenidos en cuenta en la valoración.

Figura 3.20: P30 - Actores capaces de acelerar el DTL en el GR.



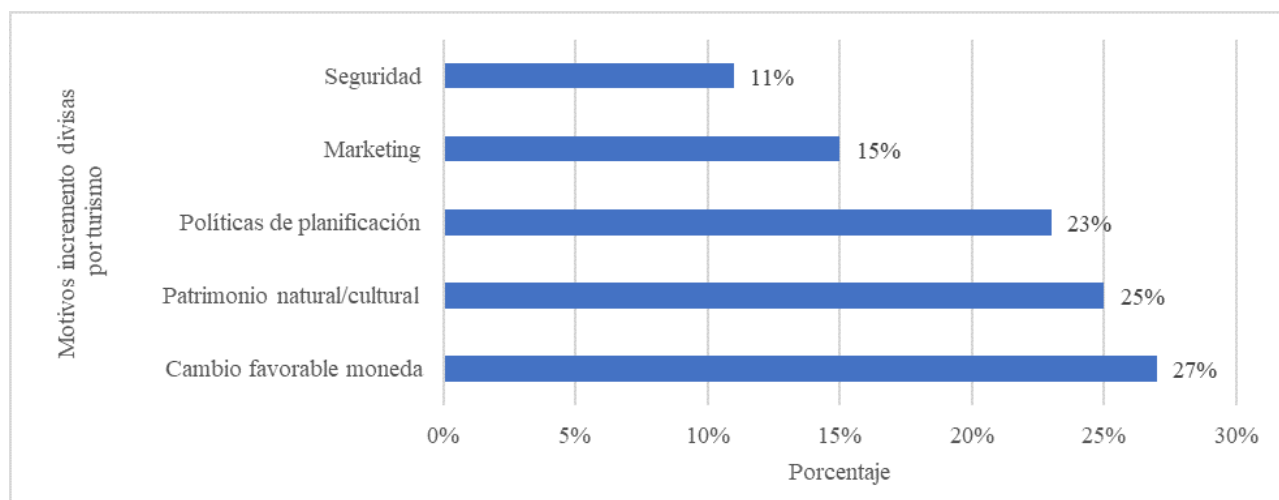
Los actores capaces de inducir el DTL fueron en orden decreciente ciudadanos/consumidores (30%), los gobiernos (29%), los medios de comunicación (21%), las empresas privadas (14%) y, en menor medida, las universidades (6%).

Figura 3.21: P31 - Obstáculos para impedir el DT en el GR.



En cuanto a los obstáculos para dicho desarrollo, el más importante fue la falta de interés/integración entre los actores involucrados (40%), las malas políticas públicas y la falta de innovación (22%), los recursos turísticos insuficientes (10%) y la falta de infraestructura (6%). La carencia en educación tecnológica no fue considerada como un obstáculo.

Figura 3.22: P27 - Motivo para el incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo.



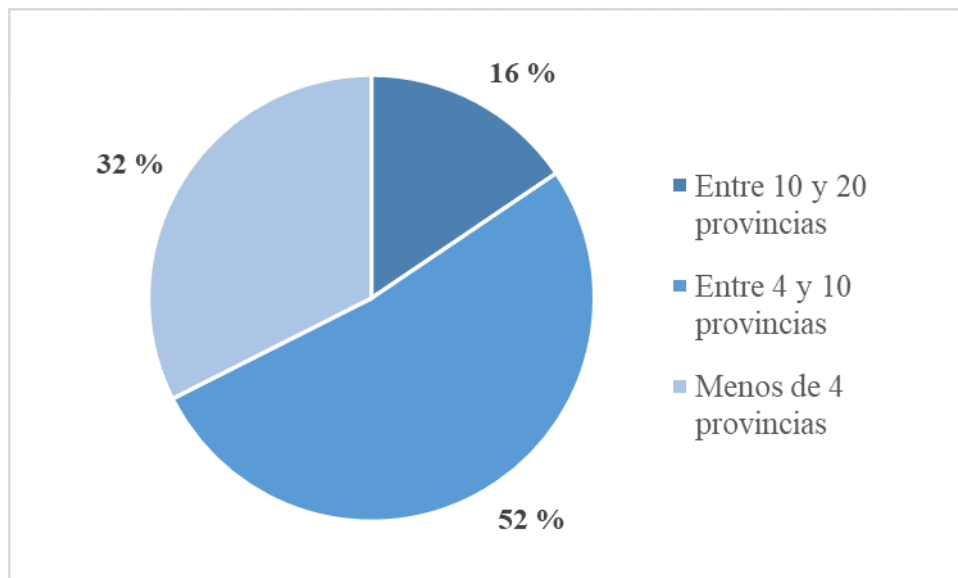
La elección de la causa más importante para el incremento sostenido de divisas debidas al Turismo recayó sobre un cambio favorable en la moneda (27 %), seguido por la existencia de patrimonio natural/cultural (25 %) y de políticas de planificación (23 %) y el tercer orden de importancia fue atribuido al marketing (15 %) y a la seguridad (11 %). La población acogedora no fue tomada en cuenta (menos 5 %).

Discusión: Para los estudiantes, el DTL depende mayoritariamente del patrimonio natural y cultural local existente y de su potenciación a través de las inversiones del Estado, la promoción del crecimiento económico y de educación que promueva el sentido de pertenencia. Los principales actores que inducen ese crecimiento son los gobiernos, los ciudadanos/consumidores y los medios de comunicación. El fracaso del desarrollo se atribuye a la falta de interés/integración entre dichos actores, a las malas políticas públicas y a la falta de innovación. En ese mismo sentido, esa falta de confianza en el desarrollo se ve expresada cuando atribuyen al cambio favorable de la moneda como el principal factor adicional que lo fomente y no a otras causas de gran envergadura. Los estudiantes no lo conciben como una herramienta que aporte beneficios equitativos a la comunidad y así aliviar la pobreza. Tampoco integran a las empresas privadas y las universidades como elementos indispensables para lograrlo, menos aún la educación tecnológica. Si bien los gobiernos, a diferentes escalas, son percibidos como actores clave para el DTL en tanto que inversores, se los ve simultáneamente como un obstáculo al implementar malas políticas públicas.

Las respuestas de los alumnos revelan que no han incorporado algunas de las principales características de las teorías mundiales actuales sobre el DTL (Rogerson, 1999) debido a que no tuvieron en cuenta que el DT podía considerarse como una herramienta para aliviar la pobreza o que tenía poca influencia en la generación de beneficios más equitativos para la comunidad. En efecto, manifiestan la existencia de un perfil contextualizado dentro de ámbitos neoliberales posfordistas, anteriores a la aparición del DTL. Estos trajeron aparejado un declive en la productividad (con consecuente contención de los salarios y precarización de segmentos importantes de la fuerza de trabajo), inflación, estrategias de deslocalización y/o subcontratación de empresas, desequilibrios territoriales, aglomeraciones en megaciudades y traspaso de las pérdidas de los bancos internacionales a los países en desarrollo a través de préstamos que generaron desmesurados endeudamientos (Ocampo et al., 2014). De la misma manera, tienen en cuenta la innovación, otra característica del régimen posfordista (Dormois, 2013), pero no así la educación tecnológica, la investigación y la participación de las Universidades necesarias para alcanzarla. Sin embargo, en el DTL, tanto la emisión de informes de valorización del conocimiento, como los informes de posibilidad de patentes, así como disponer de una estructura de comercialización que sirva como instrumento de apoyo a la función comercializadora de la I+D+i, facilitan la transferencia de las investigaciones científicas al sector social en forma de productos innovadores. El establecimiento de alianzas estratégicas estables a medio y largo plazo entre los agentes de I+D y las empresas, tanto a nivel nacional como internacional, garantiza que cualquier tipo de actividad de I+D+i, desde la más básica hasta la más aplicada, sea abordada simultáneamente desde el punto de vista del desarrollo y de su usufructo (Poncela, 2012). Además, entienden la actividad turística según el viejo paradigma que considera al Turismo como un simple traslado hacia un destino donde “hay algo”, que solo puede desarrollarse en lugares beneficiados por la naturaleza o por su historia, consecuentemente transformados por inercia comercial (Santana Turégano, 2004).

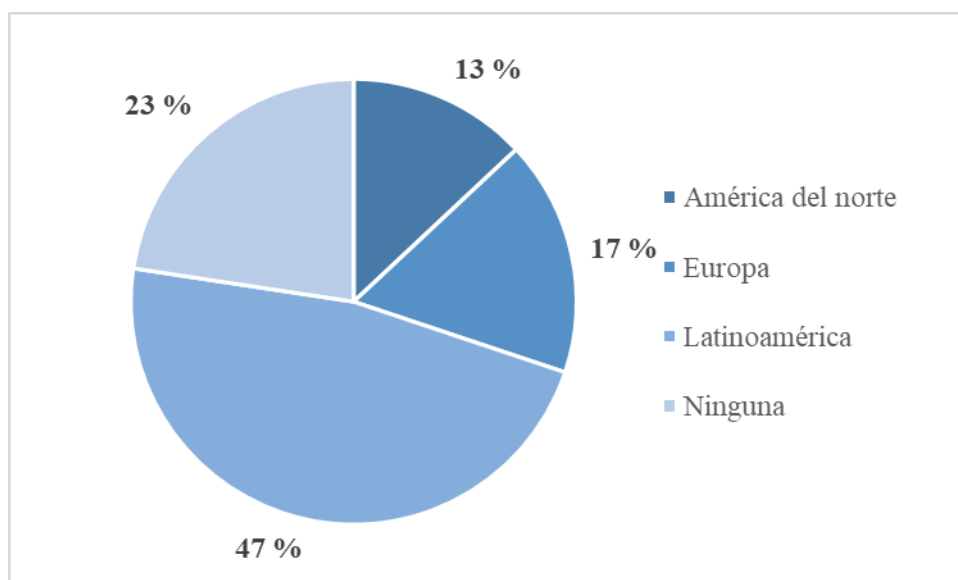
3.3.4. Motivaciones sobre los destinos turísticos

Figura 3.23: P32 - Provincias visitadas con fines turísticos.



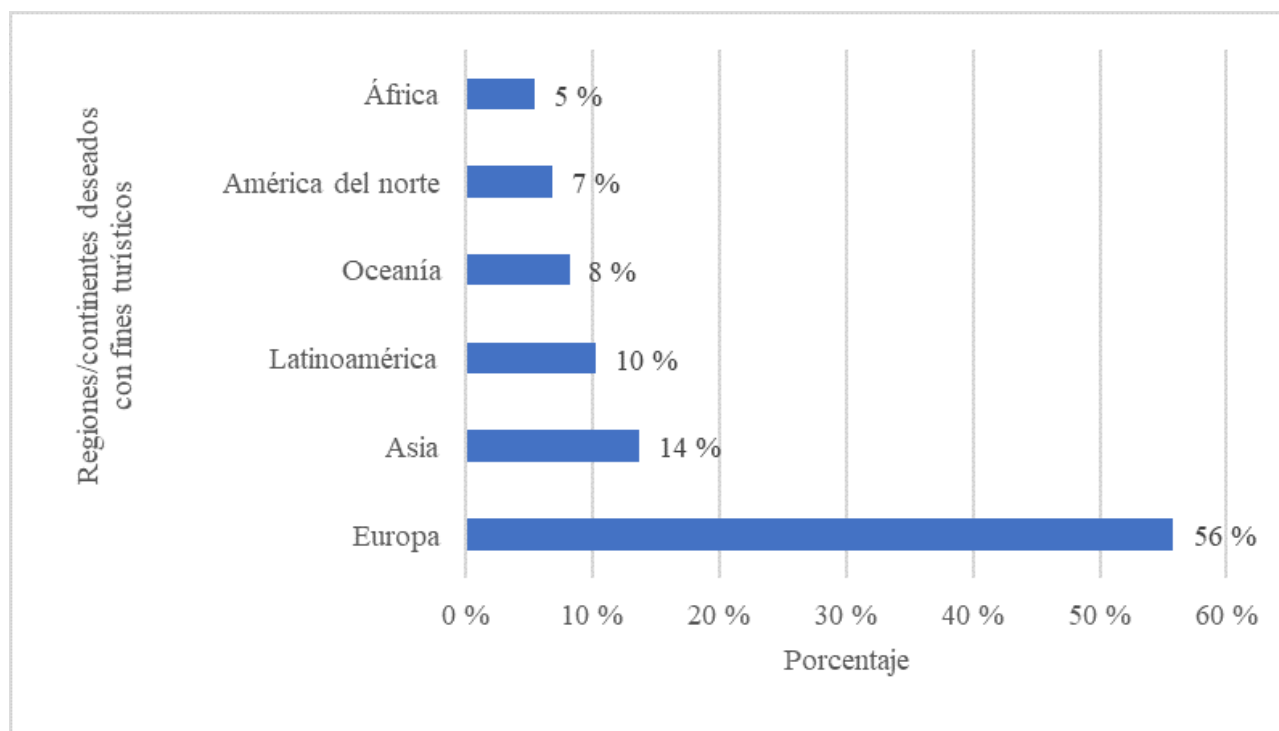
La mayoría de los encuestados visitó entre 4 y 10 provincias argentinas (52 %) con fines turísticos. El 32 % menos de 4 y el 16 % entre 10 y 20 provincias.

Figura 3.24: P33 - Regiones/continentes visitado/as con fines turísticos.



Latinoamérica es la región más visitada (47 %), seguida de EU (17 %) y América del norte (13 %). África, Oceanía y Asia representaron menos del 5 %. Un 23 % no visitó ninguna región o continente.

Figura 3.25: P34 - Regiones/continentes deseados con fines turísticos.



Al 56 % le gustaría conocer EU, al 14 % Asia, al 10 % Latinoamérica, al 8 % Oceanía, al 7 % América del norte y al 5 % África.

Discusión: En un trabajo elaborado por las agencias Almundo y Despegar, los destinos más elegidos durante el 2018, fueron en orden decreciente: Buenos Aires, seguida por otros grandes núcleos turísticos como Córdoba, Bariloche y Salta. Luego, Puerto Iguazú, Mendoza y Usuahia, Neuquén y el Calafate. Por otro lado, en 2022 muestran a CABA, Mar del Plata, Bariloche, Carlos Paz, Villa Gesell, Partido de la Costa, Termas de Río Hondo, Salta, Mendoza e Iguazú (infobae, 2022). A grandes rasgos, la cantidad de provincias más visitadas por los estudiantes, coincide con las más populares anteriormente descriptas. En cuanto a las regiones/continentes más visitados y que se anhelan conocer, concuerdan con las estadísticas de la OMT, que reflejan en forma decreciente a EU (51 %), Asia (24 %), América (15 %), África y Medio Oriente (5 %) (OMT, 2023).

Se constata que los sitios visitados o los que desean visitar con fines turísticos coinciden con las estadísticas nacionales e internacionales. Esto confirma que la elección de los destinos responde más a motivaciones vinculadas con una influencia del medio social que a un impulso personal. Así, el

motivo de la elección del destino, estaría vinculado a una cuestión de prestigio social (Krippendorff, 1989).

Las opciones que no fueron elegidas por los alumnos como importantes (estas representan menos del 5 % del total de elecciones posibles para cada pregunta) son consideradas clave para los organismos multilaterales y autores de prestigio internacional y nacional (OMT, s.f., 2020, 2022, 2023; Basco et al., 2020; Madoery, 2001; Hjalager, 2003; Wallingre, 2010; Cardona y Cantallops, 2012). Esta brecha refleja la necesidad de adquisición por parte de los alumnos de un pensamiento multidisciplinar, más complejo y crítico para construir el conocimiento alrededor del DT.

Por otro lado, las respuestas del conjunto de los estudiantes de la carrera están afectadas por una cantidad mayoritaria de alumnos en el CB, las cuales son el resultado de un pensamiento poco afectado por el conocimiento impartido en la Universidad. Por ello, es necesario un análisis más específico.

Capítulo 4

Diferencias y cambios en el imaginario de los estudiantes avanzados de la Licenciatura entre y dentro de cada especialidad.

4.1. Introducción

La profundización del análisis del perfil de los estudiantes a nivel de la especialidad (en sus características socio-individuales, en su relación con el mundo del trabajo, en su relación con el medio académico e institucional, la forma en que construyen su concepción de género, entre otros) permite traducir el avance en el conocimiento producido por el mundo académico, al identificar y resumir el nivel de desarrollo alcanzado en cada tema, reconociendo dimensiones, categorías y focos, así como también los puntos de disidencia, las constantes, las tendencias y los desafíos actuales que emergen en cada caso, enriqueciendo el debate educativo con radio de acción en lo local (Parra Sandoval, 2021). En este sentido, cabe preguntarse si entre las dos especialidades el rendimiento académico de los estudiantes refiere a diferentes orígenes socio-económicos y culturales, si sus ambiciones profesionales son similares, si conciben al DTL de la misma manera y si sus motivaciones turísticas lo hacen preferir diferentes destinos. Es importante preguntarse sobre los cambios en su imaginario; sus respuestas mostrarán dinámicas y cambios en las significaciones que serán develadas con el avance en el transcurso de la carrera. Además, van a ampliar su mirada hacia la exploración y reconstrucción de significados como parte de acervos de conocimiento instituidos socialmente. Estas reflexiones podrían

servir como contexto para debatir acerca de la formación profesional y las realidades sustantivas de la vida universitaria: los jóvenes universitarios pueden convertirse en agentes de cambio, sujetos con la capacidad y la obligación de ayudar a mejorar las condiciones de la sociedad (Hidalgo Villegas, 2017). Los objetivos del presente capítulo fueron: analizar los imaginarios de los estudiantes a través de la comparación de los resultados cuantitativos que se derivan de las encuestas entre los estudiantes de las dos especialidades y entre el CS y el CB de cada especialidad.

En este capítulo se dividen las respuestas de aquellos estudiantes que aún no aprobaron las materias de su especialidad, CB común, (entre 0 y 16 materias aprobadas) y de aquellos que están transitándola, CS (entre 17 y 32 materias). Luego, se realizan dos análisis por separado:

- a) comparación de las respuestas de los estudiantes entre ambas especialidades
- b) comparación de las respuestas entre los estudiantes del CS y el CB dentro de cada Facultad.

La primera elección analiza si existen diferencias de contexto, de rendimiento académico y en las elecciones de los estudiantes entre las especialidades. La segunda, analiza la evolución de su rendimiento académico y de las elecciones de los estudiantes dentro de cada Facultad.

4.2. Materiales y métodos

Ver la sección 2.8 en el capítulo 2

4.3. Resultados y discusión

Los resultados y su discusión se presentan en las 4 secciones con las que se estructuró la encuesta (ver la sección 2.7 en el capítulo 2)

4.3.1. Diferencias de imaginario entre especialidades

4.3.1.1. Caracterización del alumnado según la especialidad

Hay 6 % más de alumnas de PT con materias aprobadas que las de AT (ver Figura B.11 en Anexo B). Entre los alumnos más jóvenes, el 38 % tiene más materias aprobadas en PT, mientras el 100 % lo tiene AT con alumnos de 24 a 27 años. Hay un 20 % de alumnos con más materias aprobadas con

edades entre 28 y 33 años en PT y los alumnos de mayor edad tienen un 7 % más en AT. En AT, el 76 % tiene al menos 24 años mientras que en PT el 53 % tiene al menos 28 años (ver Figura B.12 en Anexo B). La proporción de alumnos que es oriunda de la provincia de Santa Fe es mayor en PT (16 %) (ver Figura B.13 en Anexo B). En el resto no existen diferencias por provincia de origen. Un 50 % más de estudiantes de PT proviene de ciudades de menos de 10 mil habitantes y un 14 % de 100 mil a 1 millón. En cambio, un 34 % más de estudiantes de AT provienen de ciudades de 10 mil habitantes a 100 mil y un 12 % de más de 1 millón (ver Figura B.15 en Anexo B). Existe un 10 % más de estudiantes de PT que realizaron la escuela secundaria en el ámbito privado (ver Figura B.14 en Anexo B). No existen diferencias con la escuela secundaria pública entre Facultades. En PT, un 34 % más tiene estudios terciarios previos en hotelería/Turismo, un 14 % más de estudios terciarios de otras especialidades y apenas un 6 % más con universitario incompleto. AT se destaca por tener un 14 % de alumnos con estudios universitarios completos (ver Figura B.16 en Anexo B). Los estudiantes con certificado de estudio avanzado en lengua extranjera representan un 8 % más en PT (ver Figura B.17 en Anexo B). En PT, un 18 % más de alumnos no trabaja y un 6 % si lo hace en AT (ver Figura B.18 en Anexo B). Los que trabajan en Turismo y hotelería y estudian PT representan un 50 % (ver Figura B.19 en Anexo B).

Discusión: El rendimiento académico constituye un indicador del nivel de aprendizaje alcanzado por los estudiantes (García Ortiz et al., 2014). A su vez, el mismo está atravesado por diversos factores que corresponden a múltiples interacciones de muy diversos referentes como factores personales (competencias cognitivas, motivación, autoeficacia percibida, bienestar psicológico, inteligencia, sexo, formación académica previa a la universidad y nota de acceso a ésta), sociales (diferencias sociales, entorno familiar, nivel educativo de los progenitores y variables sociodemográficas) e institucionales (metodologías docentes, horarios de clase, alumnos por grupo, dificultad de las materias; normas, requisitos de ingreso y requisitos entre materias). Además de todo ello, se requiere vocación e interés por el estudio (Martín Pavón et al., 2018). La bibliografía internacional reporta un acuerdo en la relevancia de la relación entre el rendimiento académico y ciertos aspectos como la edad, el género, la escuela de procedencia y el nivel socioeconómico. Estas relaciones se manifiestan sin importar la técnica utilizada o el nivel educativo investigado (Cervini, 2006; Fraser et al., 1987).

En este trabajo, al comparar las especialidades, en AT hay mayor porcentaje de alumnos en los

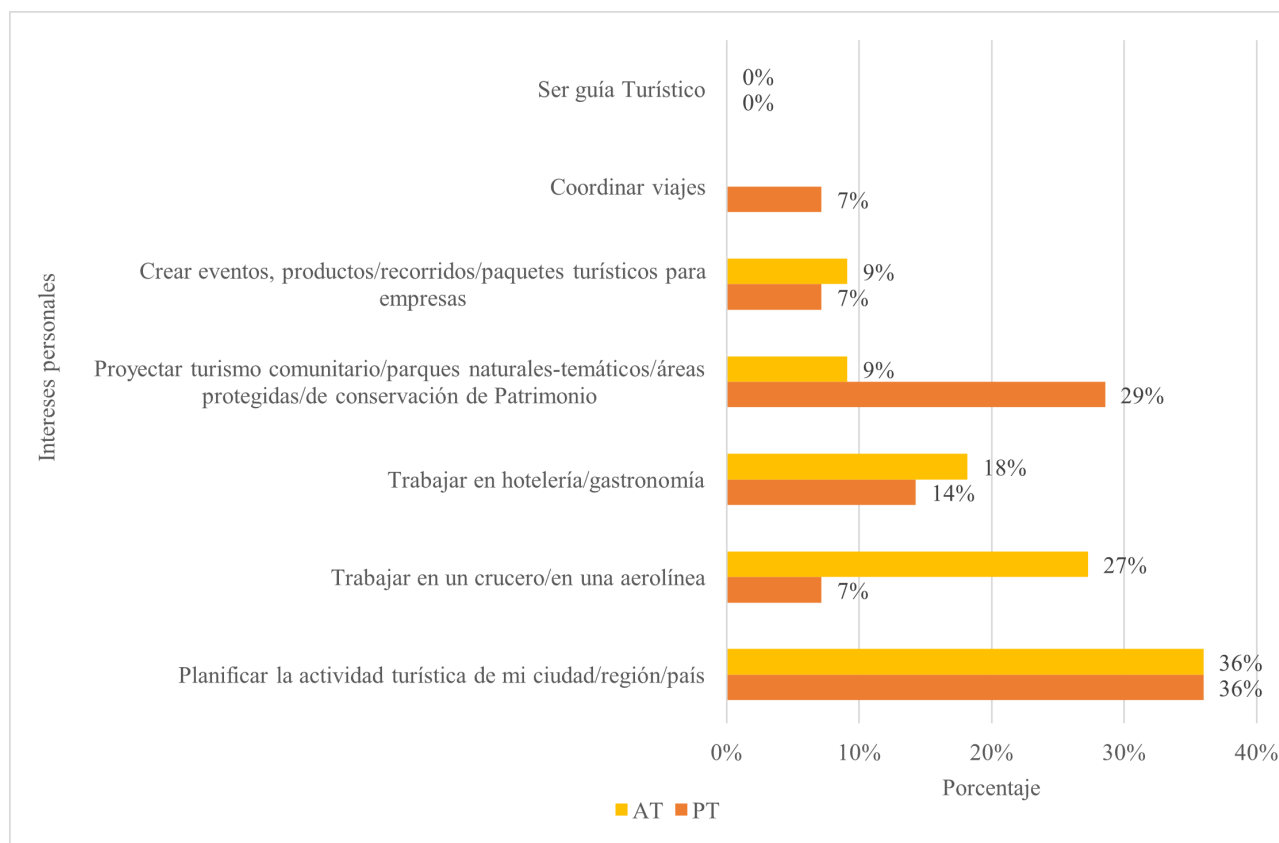
intervalos etarios de 24 a 27 años y más de 34 años, con mayor proveniencia de ciudades de 10 mil a 100 mil habitantes y del GR, con estudios previos universitarios completos y que trabajan, con respecto a PT. En PT, las alumnas tienen mayor porcentaje de materias aprobadas, de intervalos etarios de 18 a 23 años y de 28 a 33, de proveniencia de Santa Fe, de pueblos y ciudades grandes, con mayor porcentaje de estudios secundarios previos realizados en escuelas privadas, de estudios terciarios previos (particularmente en hotelería y Turismo) y universitario incompleto, de certificados en lengua extranjera y de trabajos en hotelería y Turismo, con respecto a AT. Las diferencias encontradas entre especialidades pueden explicarse con diferente grado de dificultad. Así, una de las posibles causas de un menor rendimiento en la especialidad de AT, puede estar vinculada con factores institucionales como la mayor dificultad de aprobar materias que no están relacionadas con materias de la rama de las Ciencias Sociales, a diferencia de PT. En Argentina, esto es un hecho comprobado (SAC, 2018). De la misma manera, las mujeres suelen elegir mayormente dicha rama de estudios, lo cual explicaría su mayor presencia en PT (Ministerio de Educación, Argentina, 2021).

En general, la bibliografía reporta disminuciones de rendimiento con respecto a la edad (Giovagnoli, 2002). En efecto, los estudiantes con un rango etario de 18 a 23 años son mayoritarios en PT, 69 contra 31 %. Existe una excepción en AT para los estudiantes que tienen más de 34 años y título universitario.

Existen coincidencias con una investigación realizada por la Universidad Nacional de la Plata (UNLP) sobre la incidencia de las horas trabajadas con el rendimiento académico de estudiantes. Este estudio afirma que los alumnos con trabajos vinculados a la carrera, la relación positiva se evidencia para un mayor nivel de horas trabajadas, lo que explicaría que PT tenga un mayor rendimiento considerando que trabajan más en Turismo. En contraste, si se analiza sólo el grupo con trabajos no vinculados, la relación resulta negativa, cualquiera sea el nivel de horas trabajadas, lo que explicaría que AT tenga un menor rendimiento (Fazio, 2004). A su vez, para Di Gesta et al. (Di Gresia et al., 2002), según su estudio, son principalmente los alumnos de las escuelas privadas los que tienen un mejor rendimiento, lo cual coincide con los alumnos de la especialidad de PT. Sin embargo, también reporta mejor rendimiento en los que estudian en escuelas urbanas, sin coincidencia parcial con los alumnos de PT que realizaron sus estudios en escuelas secundarias en pueblos (Di Gresia et al., 2002). Cabe destacar que muchas escuelas secundarias privadas preparan a sus alumnos para rendir exámenes de idiomas internacionales, lo cual explicaría el mayor porcentaje de estudiantes con certificado de estudio avanzado en lengua extranjera en PT (Mayer, 2019).

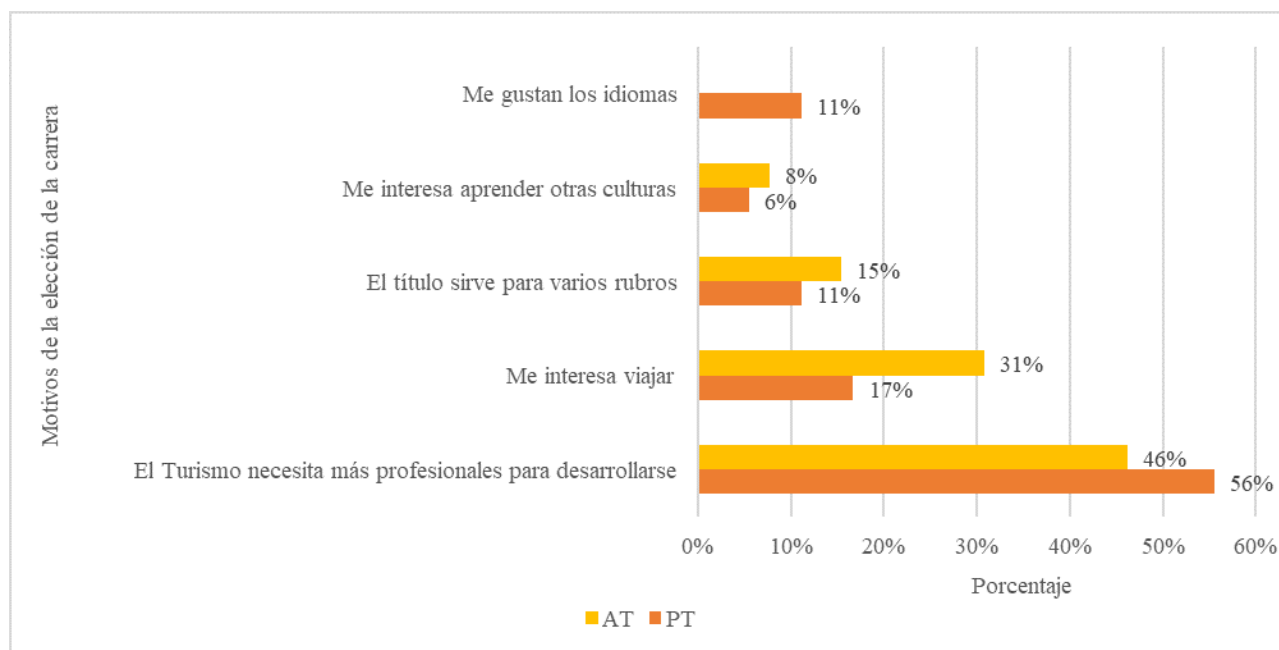
4.3.1.2. Ambiciones profesionales según la especialidad

Figura 4.1: P15 - Intereses personales, según la especialidad.



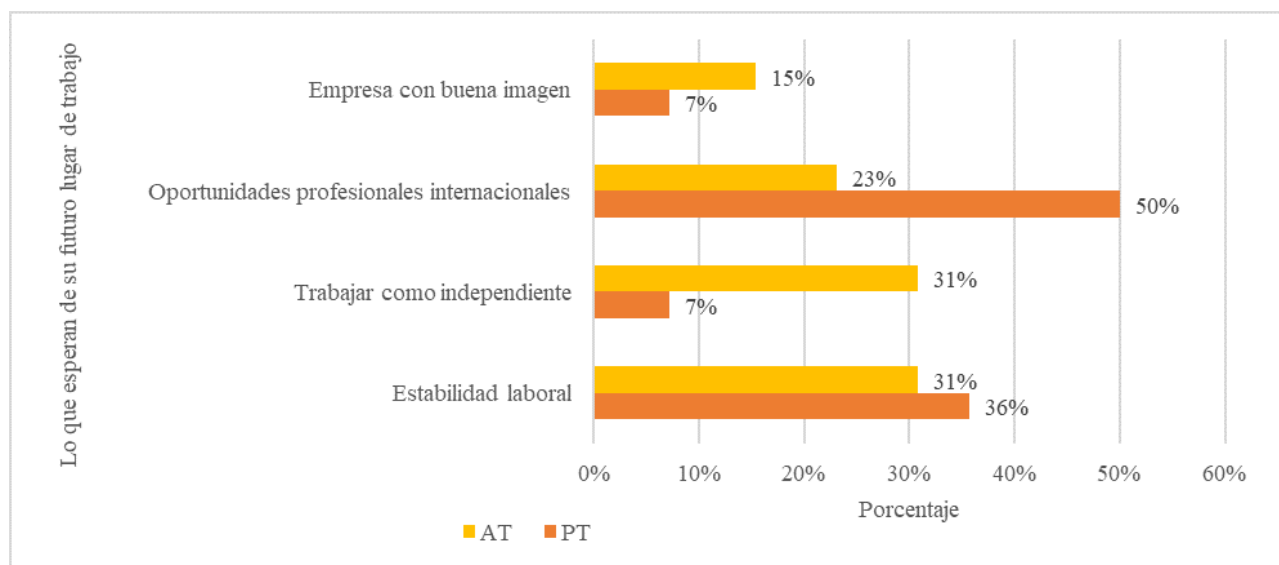
Las mayores diferencias en orden decrecientes de los intereses se expresan en trabajar en un crucero/en una aerolínea (20 %), proyectar Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio (10 %), coordinar viajes (7 %), trabajar en hotelería/gastronomía (4 %) y crear eventos/ productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas (2 %). Dichas diferencias sobre los intereses a favor de AT son trabajar en un crucero/en una aerolínea, trabajar en hotelería/gastronomía, crear eventos/ productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas. Las diferencias a favor de PT son proyectar Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio y coordinar viajes; si bien planificar la actividad turística de mi ciudad/región/país no tiene diferencias es la opción más votada con un 36 %. Ser guía turístico no es elegido por ninguna de las 2 especialidades.

Figura 4.2: P16 - Motivos de la elección de la carrera, según la especialidad.



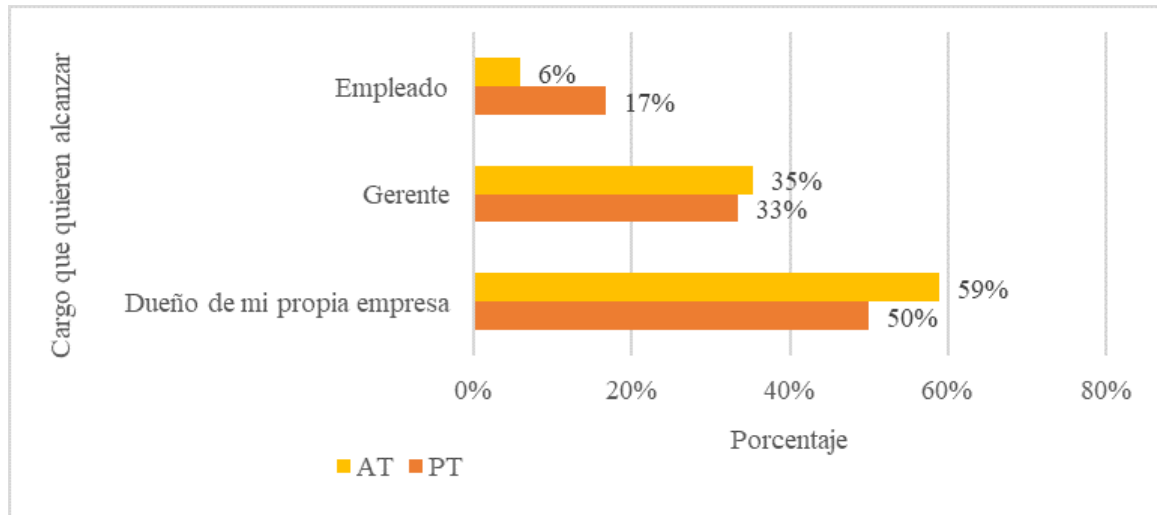
Las principales diferencias en los motivos de la elección de la carrera recaen sobre el interés por viajar (14%), el gusto por los idiomas (11%), necesidad de mayor cantidad de profesionales para poder desarrollar el Turismo (10%), utilidad del título en varios rubros (4%) e interés por aprender otras culturas (2%). Dichas diferencias se manifiestan a favor de AT en el interés por viajar, utilidad del título y el interés por aprender otras culturas. Mientras que la profesionalización del Turismo y el gusto por los idiomas se expresan a favor de PT. Independientemente de las diferencias, la profesionalización del Turismo es el motivo más importante en ambas especialidades, seguido por el interés por viajar.

Figura 4.3: P17 - Expectativas sobre su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).



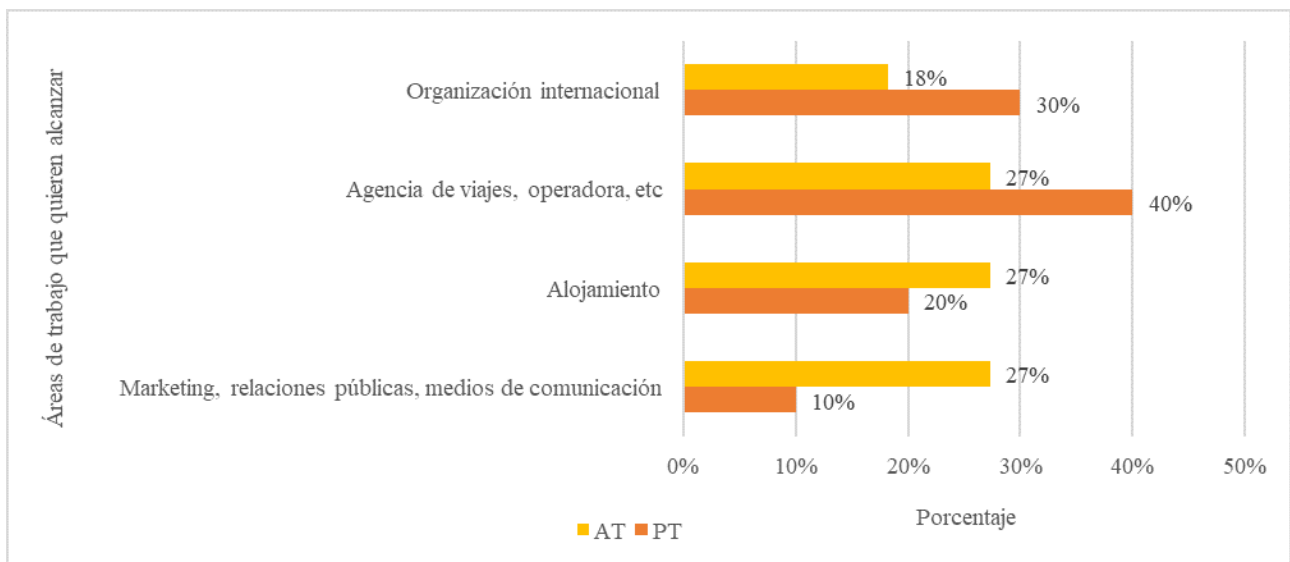
En relación a las mayores diferencias entre los motivos de los futuros lugares de trabajo, se manifiestan en: las oportunidades profesionales internacionales (27 %), trabajar como independiente (24 %), empresa con buena imagen (8 %) y estabilidad laboral (5 %). Trabajar como independiente y empresa con buena imagen son a favor de AT. Las oportunidades profesionales internacionales y estabilidad laboral se expresan a favor de PT. La estabilidad laboral y trabajar como independiente son las opciones más elegidas en AT (31 %) mientras que las oportunidades profesionales internacionales (50 %) y la estabilidad laboral (36 %) son las opciones más elegidas en PT.

Figura 4.4: P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).



Las diferencias más destacadas respecto al cargo que desean alcanzar a futuro son ser empleado (11 %), dueño de su propia empresa (9 %) y ser gerente (2 %). Ser empleado fue la única diferencia a favor de PT. Por otro lado, en ambas especialidades, los mayores anhelos son ser dueños de su propia empresa y, en segundo lugar, gerentes.

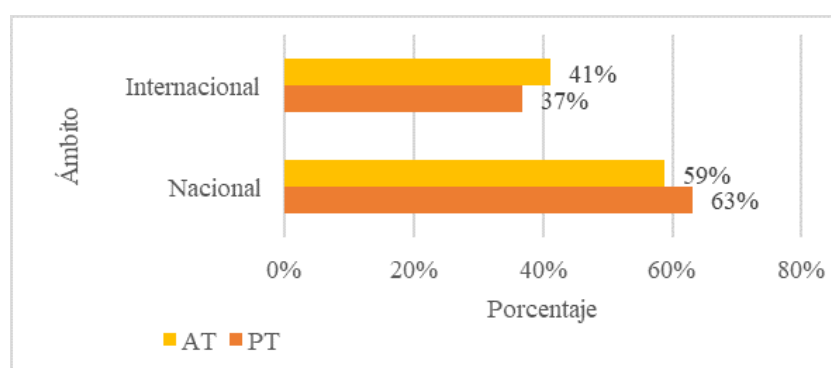
Figura 4.5: P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro, según la especialidad (1-10 años).



Las mayores diferencias en las áreas que desean alcanzar están en marketing, relaciones públicas, medios de comunicación (17 %), agencia de viajes, operadora, etc. (13 %), organización internacio-

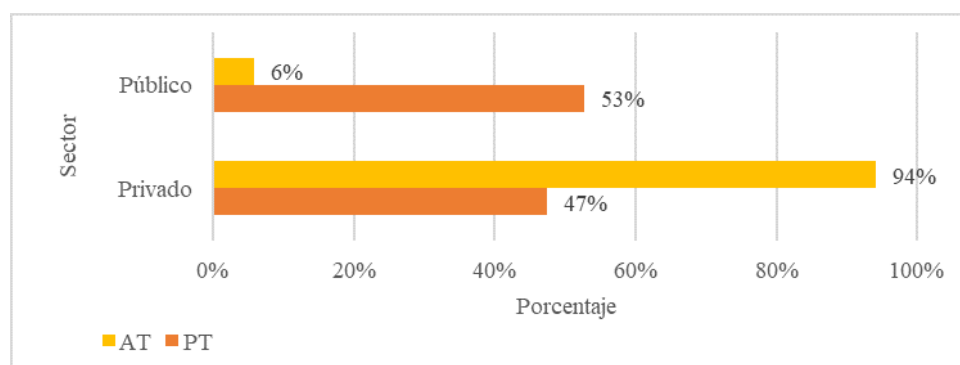
nal (12 %) y alojamiento (7 %). Los ítems marketing, relaciones públicas, medios de comunicación y alojamiento se expresan a favor de AT, mientras que agencia de viajes, operadora, etc. y organización internacional, a favor de PT. En AT, la opción agencia de viajes, operadora, etc., tienen la misma representatividad que las opciones de marketing, relaciones públicas, medios de comunicación y alojamiento.

Figura 4.6: P20A - Ámbito en el que creen que tienen más posibilidades laborales, según la especialidad.



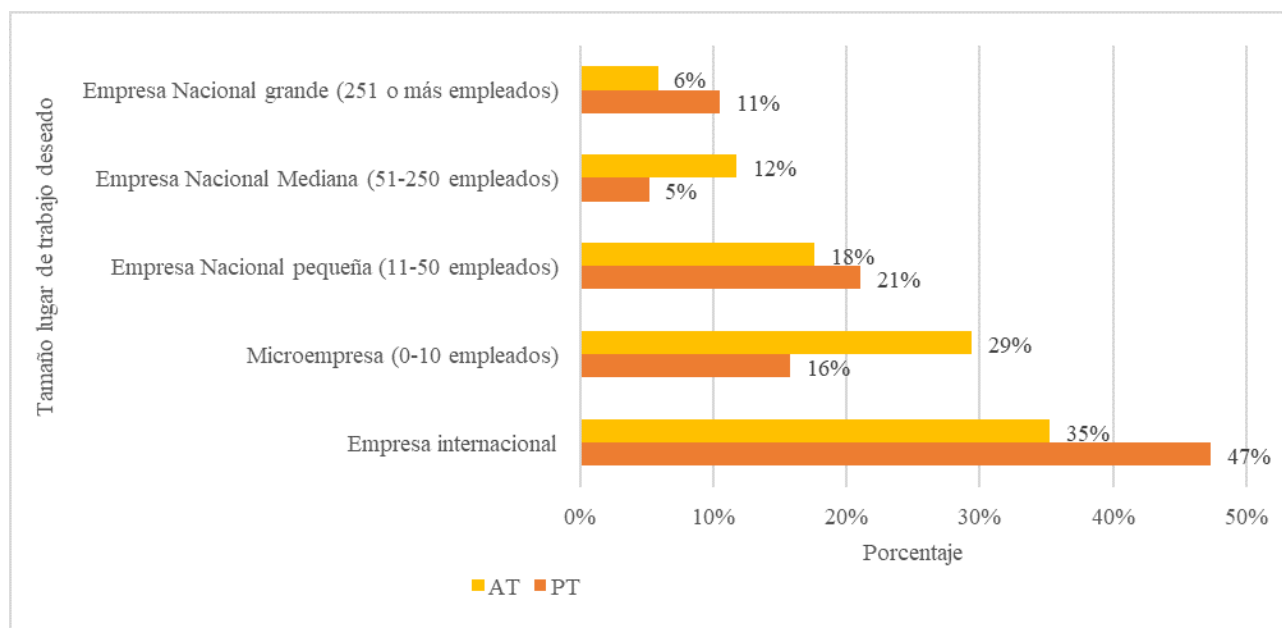
La diferencia en el ámbito con mayores posibilidades laborales se expresa en AT con un 4 % más en el ámbito internacional, es lo opuesto en PT. En ambas especialidades la elección del ámbito con mayores posibilidades laborales recae en el nacional.

Figura 4.7: P20B - Sector en el que creen que tienen más posibilidades laborales, según la especialidad.



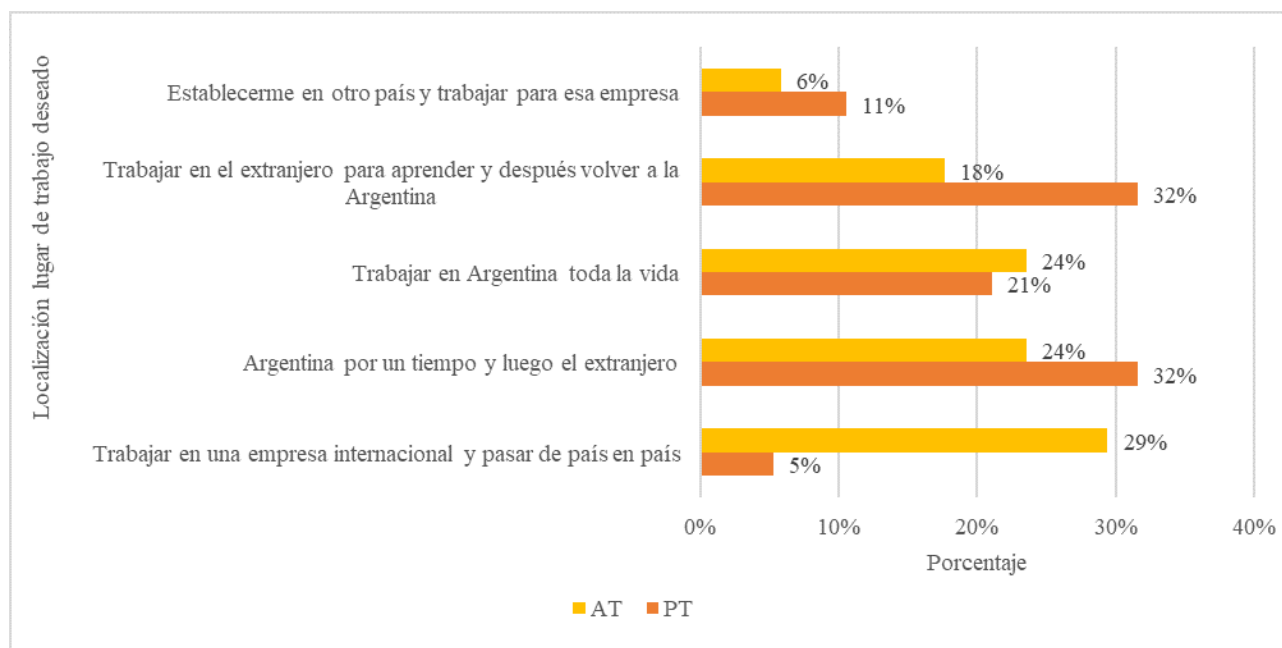
La diferencia en el sector con mayores posibilidades laborales es el privado en AT, lo contrario ocurre en PT. El sector privado en AT representa el 94 % de los casos mientras que, en PT, el público supera al privado con 53 %.

Figura 4.8: P21 - Tamaño de su lugar de trabajo deseado, según la especialidad.



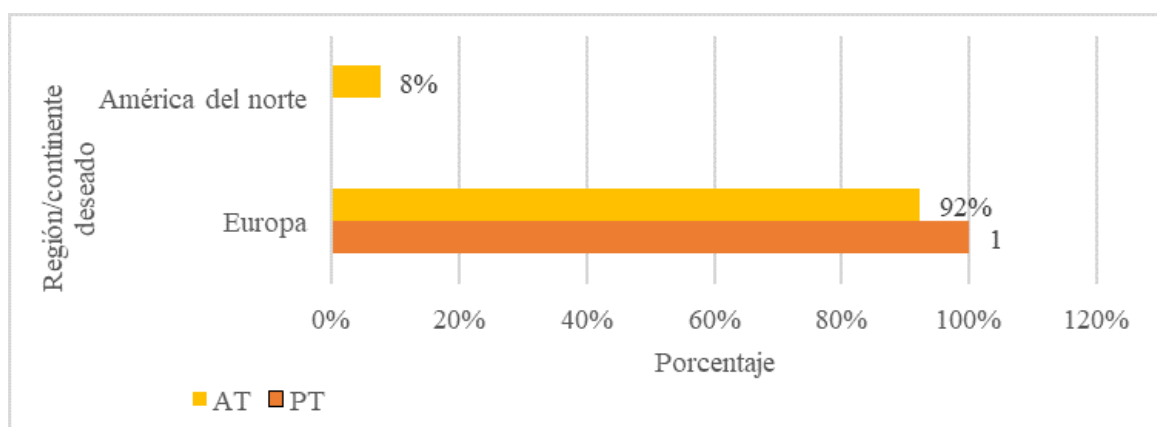
Las mayores diferencias en el tamaño del lugar de trabajo deseado son microempresa (13%), empresa internacional (12%), empresa nacional mediana (7%), grande (5%) y pequeña (3%). La elección de microempresa y empresas nacional mediana son a favor de AT, las demás a favor de PT. En ambas especialidades, la empresa internacional es la más elegida.

Figura 4.9: P22 - Localización de su futuro lugar de trabajo, según la especialidad (1-10 años).



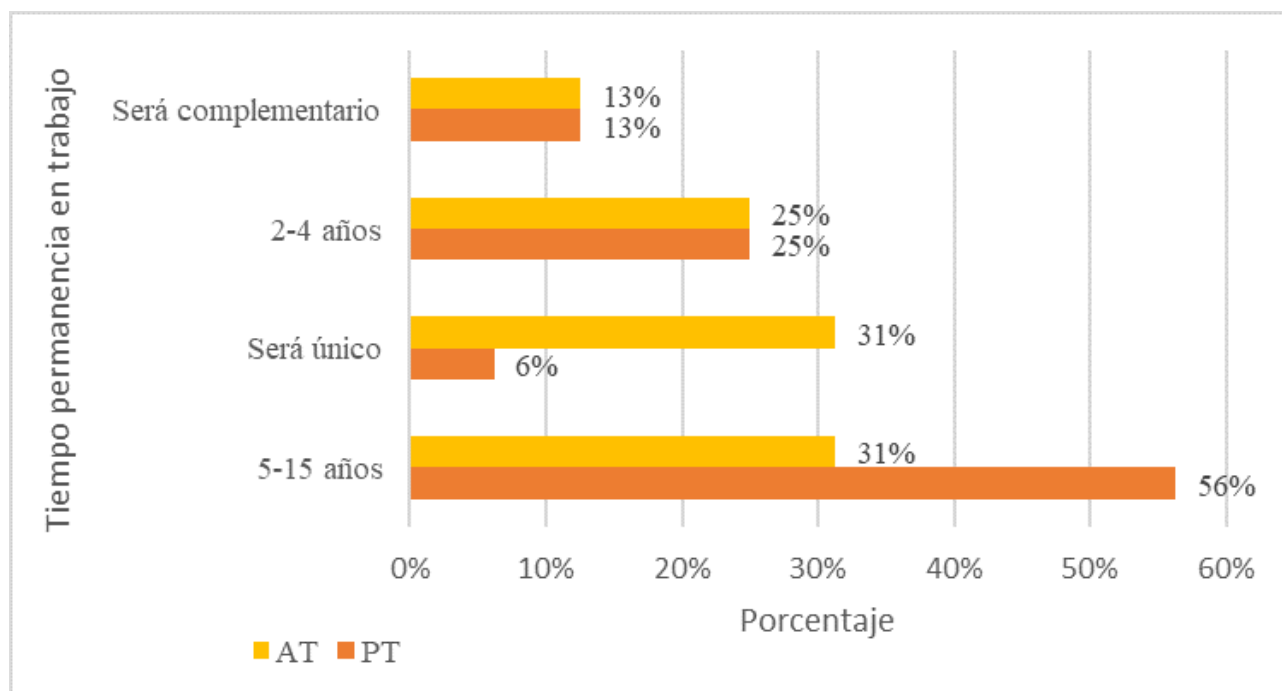
Las mayores diferencias sobre la futura localización del trabajo, se dan en empresa internacional que les permita cambiar de país (24%), trabajar en el extranjero para aprender y después volver a la Argentina (14%), trabajar en Argentina por un tiempo y luego el extranjero (8%), establecerse en otro país y trabajar para esa empresa (5%) y trabajar en Argentina toda la vida (3%). Trabajar en una empresa internacional que les permita cambiar de país y trabajar en Argentina toda la vida son diferencias a favor de AT, las restantes de PT.

Figura 4.10: P23. Región/continente deseado para futura localización de trabajo, según la especialidad (1-10 años).



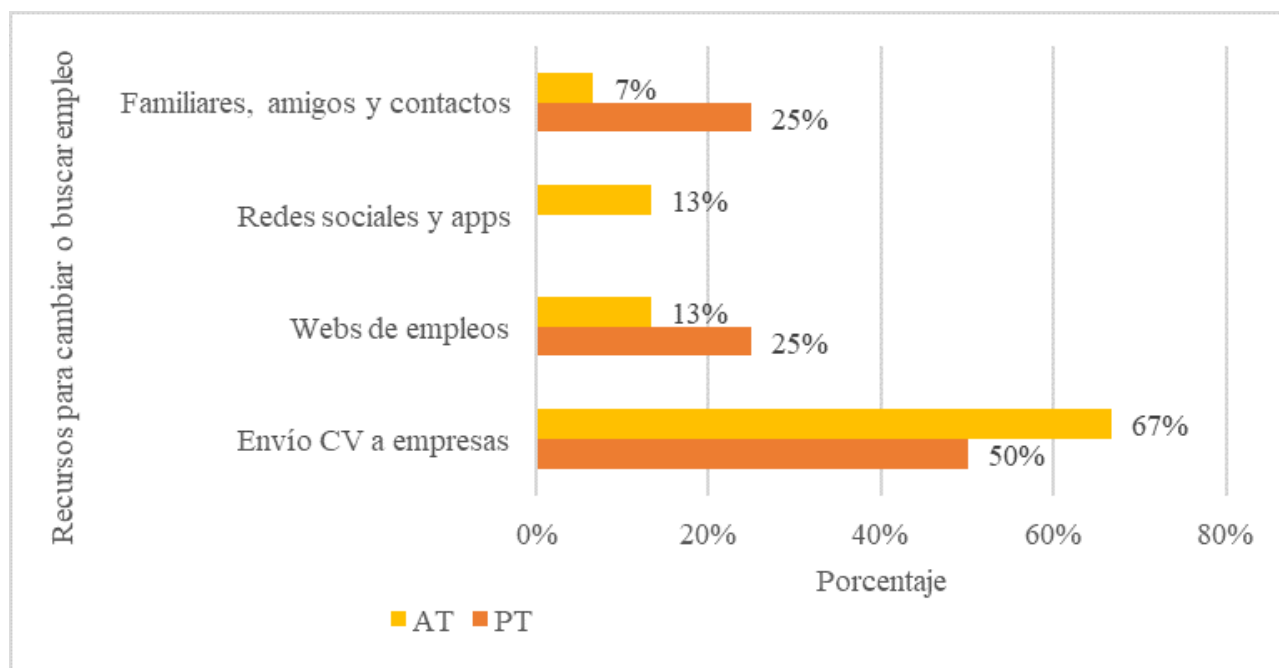
La diferencia en el destino en el extranjero para trabajar es de 8% en América del Norte a favor de AT y EU a favor de PT. Sin embargo, EU representa, al menos el 92%, para ambas especialidades.

Figura 4.11: P24 - Tiempo de sostén de su futuro lugar de trabajo, según la especialidad.



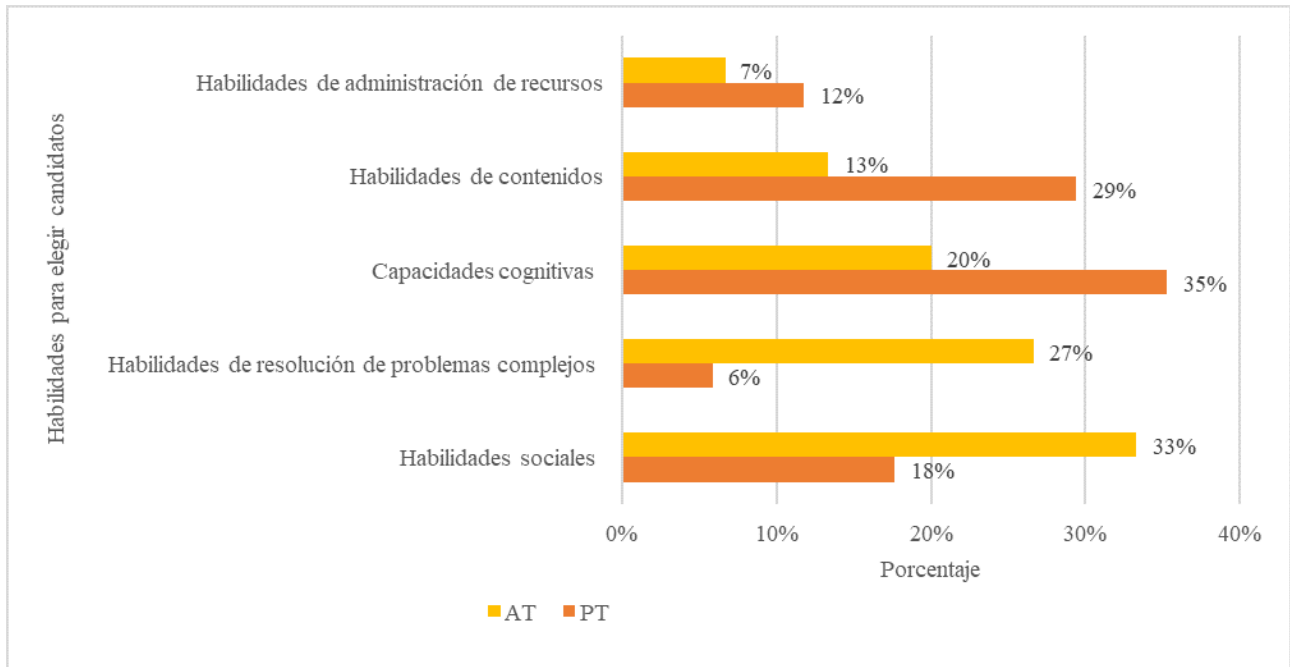
Los tiempos en el cual creen que pueden sostener el trabajo de 2 a 4 años y ser complementario son de 25% y 13% respectivamente en ambas especialidades. En AT, es igualmente importante un trabajo único que el intervalo de 5 a 15 años. El intervalo de 5 a 15 años es a favor de PT y será un único trabajo a favor de AT.

Figura 4.12: P25 - Recursos que emplearían para cambiar o buscar trabajo, según la especialidad.



Las diferencias sobre los recursos utilizados para conseguir o cambiar de trabajo son contactos, familiares y amigos (17%), envío de CV (17%), redes sociales y apps (13%) y webs de empleos (12%). El envío de CV y el uso de redes sociales y apps son diferencias a favor de AT, las 2 restantes a favor de PT. Además, el envío de CV es la opción más elegida en ambas especialidades.

Figura 4.13: P26 - Habilidades consideradas importantes por los empleadores para elegir candidatos, según la especialidad.



Las diferencias en cuanto a las habilidades que consideran que son importantes para los empleadores a la hora de elegir candidatos son habilidades para resolver problemas complejos (21%), habilidades sociales y habilidades de contenidos (ambas 16%), capacidades cognitivas (15%) y habilidades de administración de recursos (5%). Las 2 primeras diferencias se dan a favor de AT y las restantes a favor de PT.

Discusión: En AT, algunas respuestas resultan difíciles de explicar porque muestran elevada heterogeneidad: A) Por un lado, eligen ser gerentes de empresas privadas de ámbito nacional e internacional, considerando útil el título para varios rubros (al igual que en otros países, (Hjalager, 2003)), el desarrollo de habilidades para resolver problemas complejos y de índole social, también viajar y lograr estabilidad laboral y empresa con buena imagen. En este marco, los estudiantes priorizan el marketing, las relaciones públicas y los medios de comunicación para el éxito de la empresa, en concordancia con la lógica del mercado ¹. Para ellos, lo más importante es la gastronomía y crear eventos/productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas, vinculándose con el exterior, parti-

¹<https://globalscholarships.com/best-universities-public-relations/>

cularmente con América del Norte. Entre los países de América del Norte, EE.UU. es el preferido por aquellos que cuentan con un capital y buscan ampliar su negocio o instalar un nuevo puesto que cuenta con un Programa de Inversionistas Inmigrantes (USCIS, 2023). Todos planean utilizar el envío de CV y redes sociales y apps para vincularse con otras empresas. Ello estaría demostrando que los estudiantes de la especialidad en AT reaccionan a una formación tradicional. En todo el mundo, gran cantidad de programas universitarios son parte de carreras predominantemente gerenciales en Turismo. El sistema educativo se suma a la internacionalización de las empresas y la influencia transfronteriza de los estándares y conceptos comerciales. Por ello, los estudiantes estarían tomando una parte de la educación turística con una filosofía transmitida por la globalización (Hawkings, 1997; Go, 1995).

B) Por otro lado, también se proyectan como emprendedores, dueños de su propia empresa de tamaño muy pequeño y también gerentes, principalmente en una empresa extranjera y pasar de país en país, establecerse en otro país y trabajar para una empresa extranjera, por un corto/mediano período de tiempo. Les interesa conocer otras culturas, trabajar en el área de alojamiento y de agencia de viaje/operadora.

Para saber si dicha heterogeneidad correspondía a dos grupos de personas bien diferenciadas o era una cuestión de ambigüedad y/o contradicción, se procedió a cruzar más exhaustivamente la información con los diferentes rangos etarios, el género, trabajo/en Turismo y el nivel de estudios previos alcanzados. Se identificó un grupo de mujeres con más de 34 años, que mayormente trabaja pero no en Turismo; muchas de ellas tienen estudios universitarios previos, y responden en forma diferencial. Aun así, permanecen contradicciones dentro de este grupo, al pretender ser dueñas de su propia empresa y a su vez trabajar para una empresa internacional (en el área de alojamiento y de agencia de viaje/operadora) en el extranjero por cortos/medianos períodos de tiempo. Las respuestas de estas mujeres no muestran demasiada coherencia. Tradicionalmente, el entrenamiento para convertirse en gerente de una importante cadena hotelera o aerolínea conlleva largos periodos de expatriación o, la carrera entera (Ladkin, 2002). Probablemente, sus obligaciones familiares pueden legitimar su aparente contradicción para embarcarse en lo internacional (Organización Internacional del Trabajo (OIT), 2018). El rango etario de 24 a 27 años en AT no muestra contradicciones a simple vista.

Las ambiciones profesionales de PT difieren de las encontradas en AT. En su perfil cobra fuerza el sector público. Este aspecto responde a una lógica propia de la especialidad (Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR, s.f.). Pareciera que los alumnos han descubierto el potencial para realizar el

trabajo en el sector público, lo que conlleva la posibilidad de visualizarse como empleados en dicho sector, en un ambiente laboral estable (Reina y Reina, 2021).

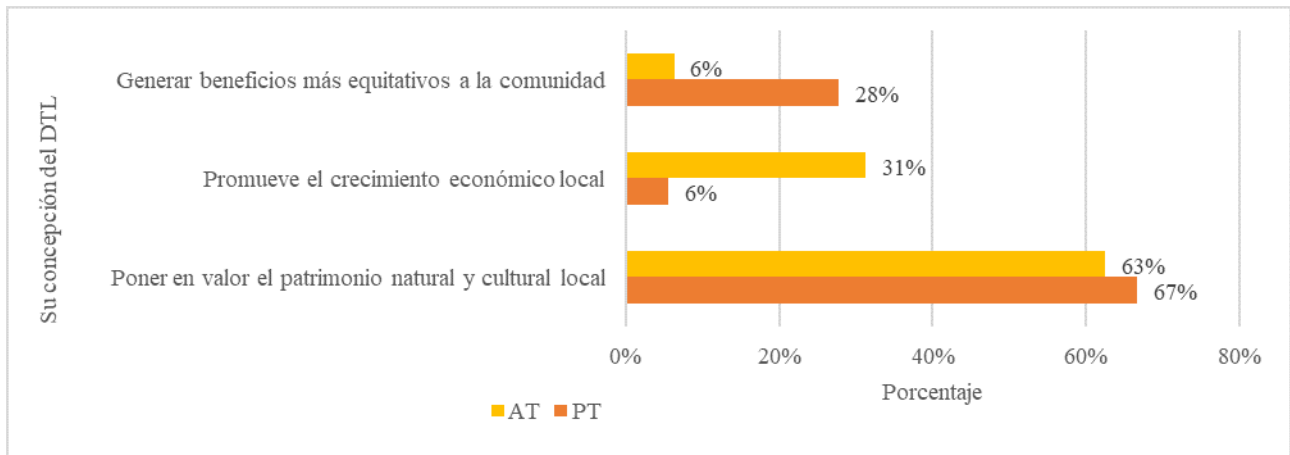
El ámbito internacional tiene un valor más diverso que en AT, representa EU como un pasaje temporario para incluirlo como un destino laboral para enriquecer su formación en cuanto a la posibilidad de proyectar Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio y coordinar viajes para una agencia/operadora. En efecto, el sector turístico brinda muchas oportunidades en toda la UE, siendo éste el que más trabajo genera. A su vez, esta región busca personal con competencias lingüísticas diversas, en coincidencia con la competencia de este grupo de estudiantes (Autoridad Laboral Europea, Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión, 2018).

Aparte del CV, consideran a los familiares, amigos y contactos y las webs de empleos como importantes para buscar o cambiar de trabajo. Según (Noticias ONU Mirada global Historias humanas, 2021) entre 2010 y 2020, las webs de empleo se han quintuplicado y generado nuevas oportunidades de empleo, especialmente para jóvenes y mujeres, mayormente con altos niveles de estudio y menores a 35 años. Asimismo, la estrategia de networking (red de contactos) ha aumentado en los últimos años ((Instituto Nacional de Estadística español (Instituto Nacional de Estadística Español INE, s.f.; Bosada, 2022).

También agregan a las habilidades de contenidos, habilidades de administración de recursos y capacidades cognitivas como importantes para los empleadores a la hora de elegir candidatos. Estas habilidades son algunas de las más demandadas por las empresas en toda América Latina (Basco et al., 2020).

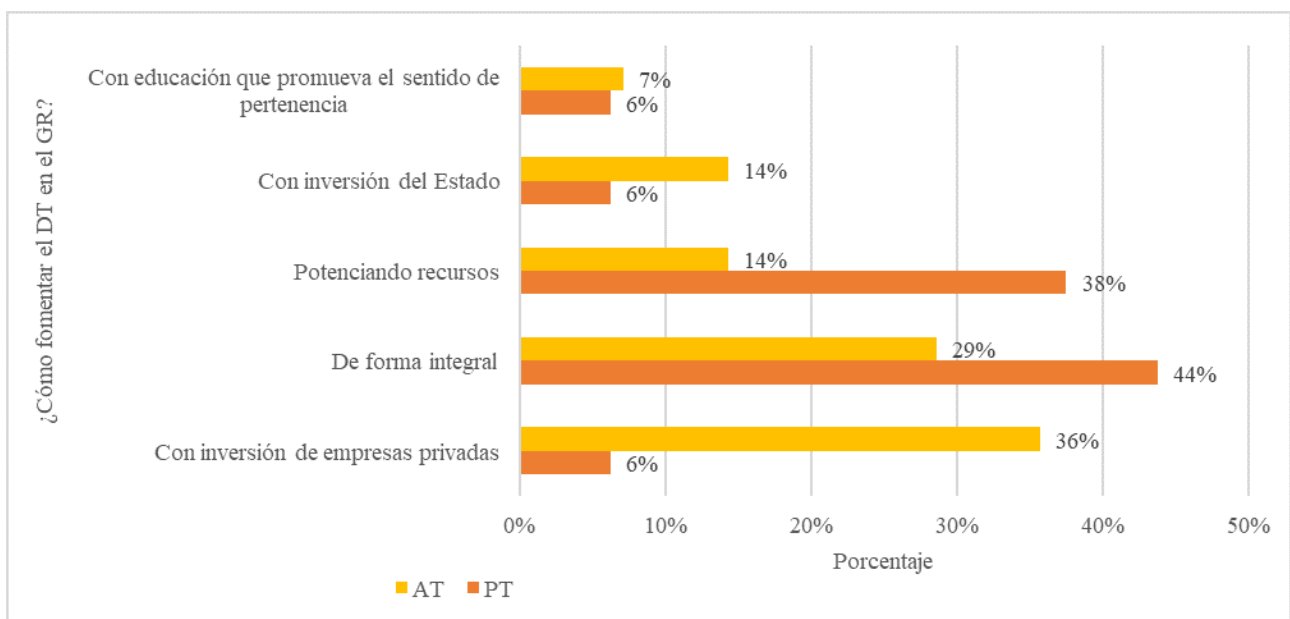
4.3.1.3. Desarrollo Turístico Local según la especialidad

Figura 4.14: P28 - Su concepción del DTL , según la especialidad.



Las mayores diferencias en cuanto al concepto del DTL son la promoción del crecimiento económico local (25 %), generación de beneficios más equitativos a la comunidad (22 %), poner en valor el patrimonio natural y cultural local (4 %). La primera de ellas es a favor de AT, las restantes a favor de PT. Los estudiantes de ambas especialidades consideran que lo más importante para el DTL es la puesta en valor del patrimonio natural y cultural local.

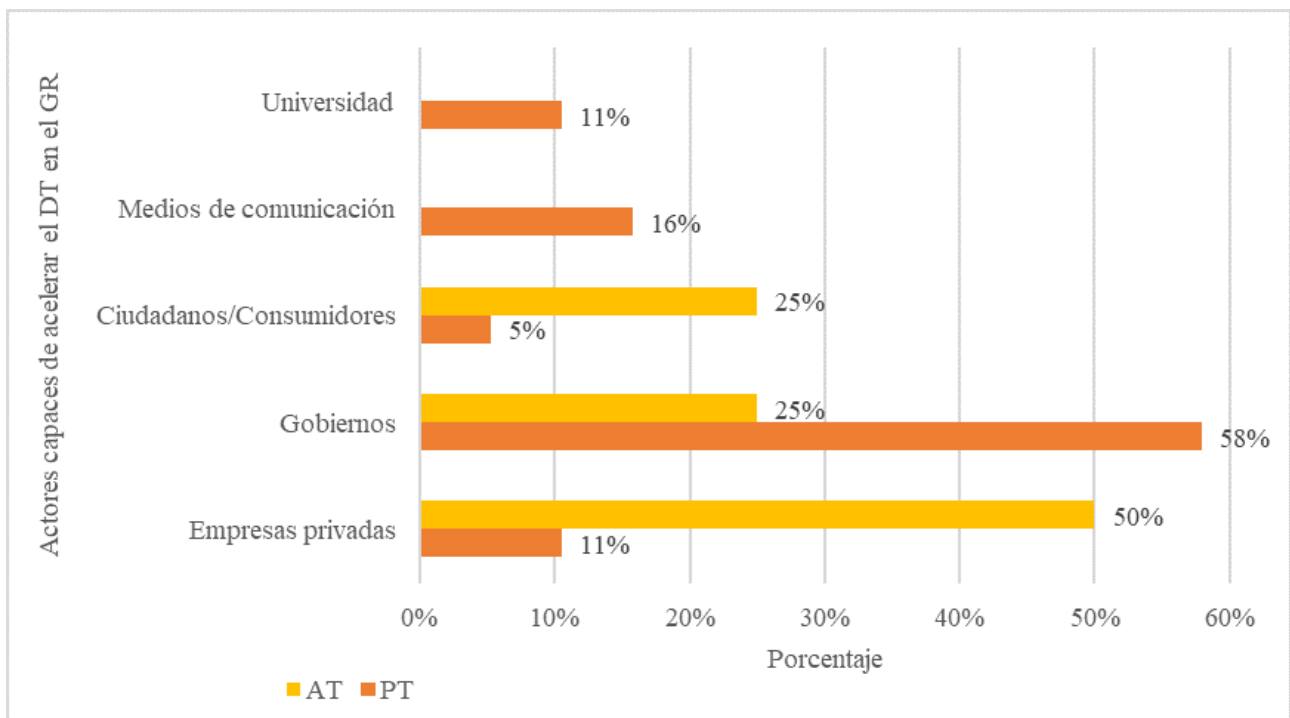
Figura 4.15: P29 - ¿Cómo fomentar el DT en el GR?, según la especialidad.



Las diferencias en los elementos que promueven el DTL son la inversión por parte de empresas

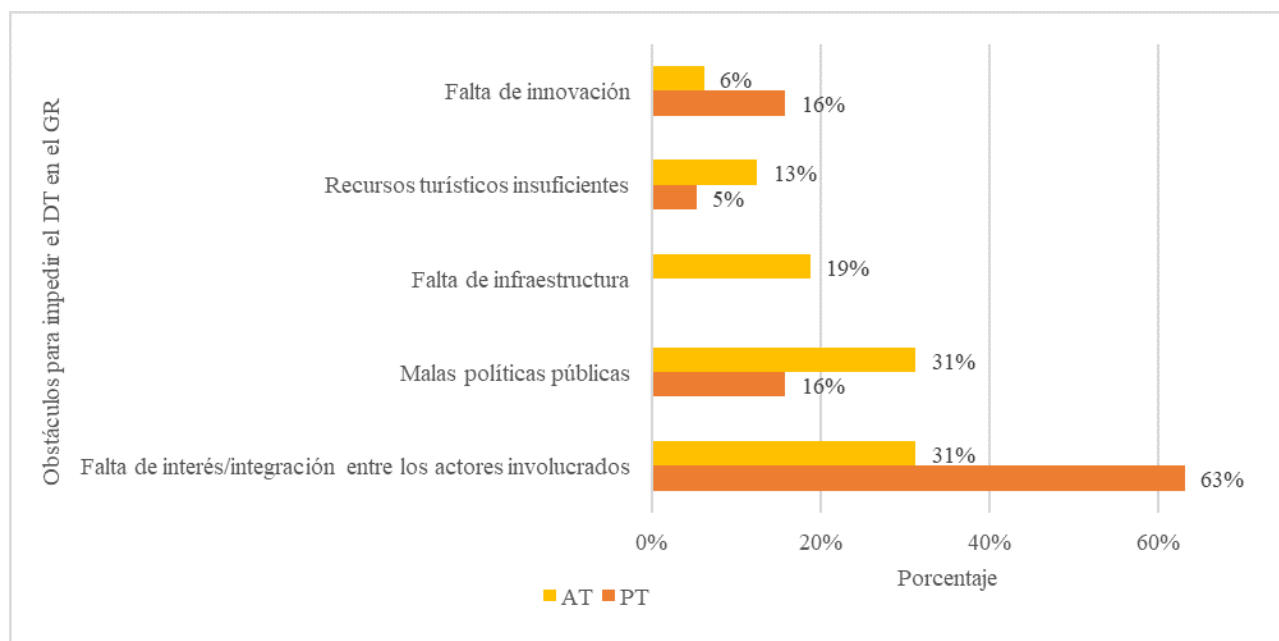
privadas (30%), la potenciación de los recursos (24%), la consideración de todos los elementos en forma integral (15%) y la inversión del estado (8%). Las diferencias de inversión por parte de empresas privadas y del estado, son ambas diferencias a favor de AT, las restantes a favor de PT. Fomentar el DTL con educación que promueva el sentido de pertenencia fue muy baja e igualmente elegida en ambas especialidades.

Figura 4.16: P30 - Actores capaces de acelerar el DT en el GR, según la especialidad.



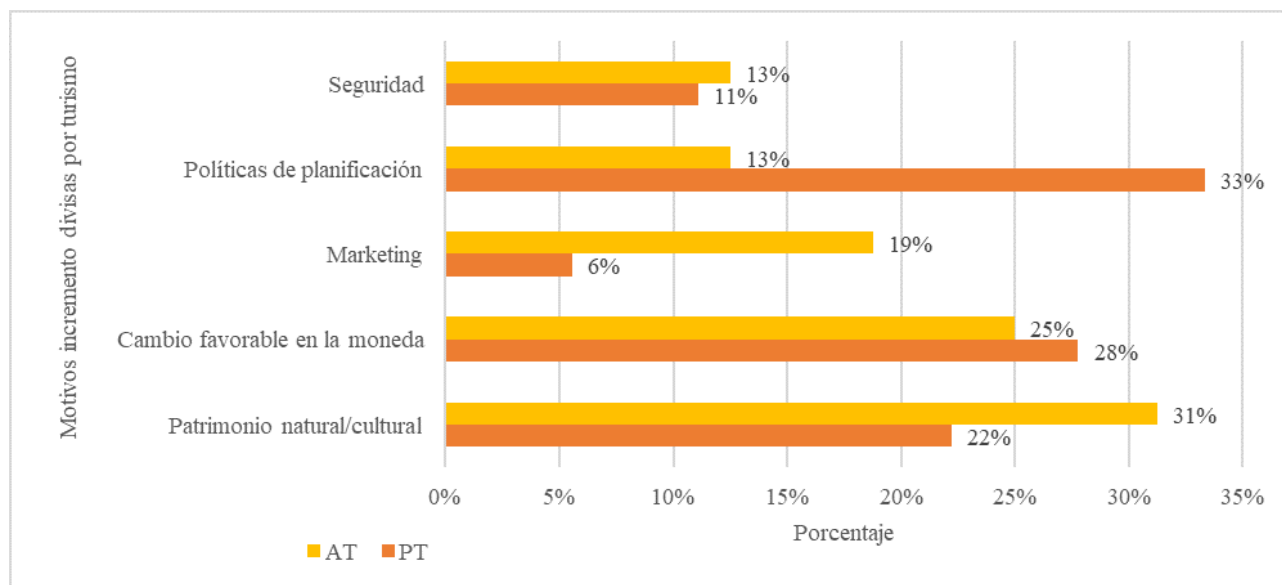
Las diferencias en cuanto a los actores capaces de acelerar el DTL de GR son las empresas privadas (39%), los gobiernos (33%), los ciudadanos/consumidores (20%), los medios de comunicación (16%) y la universidad (11%). Las diferencias en empresas privadas y ciudadanos/consumidores se dan a favor de AT, las restantes a favor de PT.

Figura 4.17: P31 - Principales obstáculos para impedir el DT en el GR, según la especialidad.



Las diferencias en los obstáculos para impedir el DT en el GR son falta de interés e integración entre los actores (32 %), falta de infraestructura (19 %), malas políticas públicas (15 %), falta de innovación (10 %) y recursos turísticos insuficientes (8 %). Las diferencias en falta de infraestructura, malas políticas públicas y recursos turísticos insuficientes son a favor de AT. Las restantes son a favor de PT. En AT, la opción falta de interés e integración entre actores tuvo la misma valoración que malas políticas públicas.

Figura 4.18: P27 - Motivos para el incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo, a nivel local, provincial y nacional, según la especialidad.



Por último, las diferencias sobre las causas más importantes para producir aportes sostenibles del Turismo en la economía son políticas de planificación (20 %), marketing (13 %), patrimonio natural y cultural (9 %) y cambio favorable en la moneda (3 %). Las diferencias de marketing y patrimonio natural y cultural son a favor de AT, las restantes a favor de PT. La opción cambio favorable en la moneda es la segunda más votada en ambas especialidades. Finalmente, la seguridad es la opción menos votada y no difiere entre especialidades.

Discusión: La comparación de los resultados entre las dos especialidades, verifica la existencia de dos modelos de DT y un impacto diferencial en sus respectivos procesos de DTL (Dachary, 1996; Poggiese, 2000; Arocena, 2001; Madoery, 2001; Boisier, 2003; Ferraro, 2003; Albuquerque, 2004; Boisier, 2005; Villar, 2007).

En AT, el énfasis está puesto en la promoción del crecimiento económico local con fuerte inversión de empresas privadas y con inversión, aunque con menor importancia, del Estado (Porter, 1990).

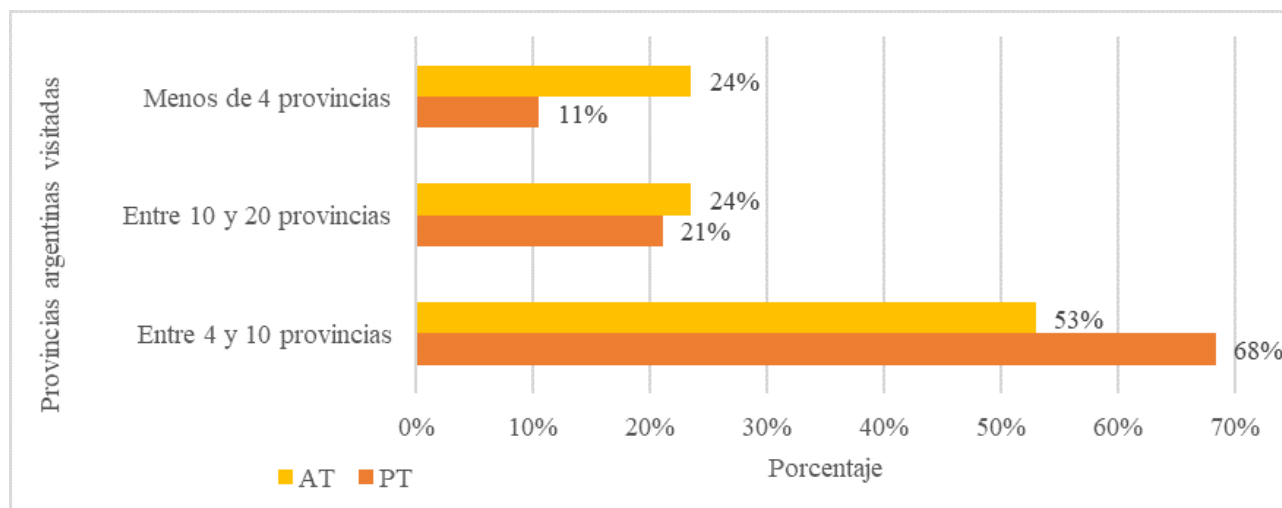
Entre los principales actores del desarrollo se encuentran las empresas privadas y los consumidores/ciudadanos (Cividanes Hernández, 2000). Los factores limitantes al desarrollo se vinculan con todo lo que falta, como la infraestructura o los recursos turísticos y con lo que no se hizo, malas políticas públicas. En caso de producirse un incremento sostenido de divisas debidas al Turismo, se

debería al marketing y al patrimonio natural/cultural (Porter, 1990).

Para PT, el DTL es un elemento dinamizador del patrimonio natural/cultural para mejorar la calidad de vida de la comunidad, integrando todos los factores que lo promueven. Por ello, cobran importancia los gobiernos, los medios de comunicación y las universidades como actores clave porque consideran que la falta de integración de dichos actores es uno de los principales obstáculos, así como la falta de innovación. Para evitarlo, consideran fundamental la implementación de las políticas de planificación. También incluyen el cambio favorable en la moneda como causante de incrementos en las divisas debidas al Turismo. Se acercan al concepto de DTL como un fenómeno complejo, reconociendo otras dimensiones, tales como las sociales y políticas, y la integralidad de sus diversos actores puesto que también identifican diferentes planos de endogeneidad (Boisier, 2003, 2005). Pueden vincular las capacidades de diferentes actores para involucrarse y tomar decisiones respecto a estrategias de desarrollo e incorporar el rol del estado en dicho proceso, aspectos señalados como fundamentales por Madoery (2001) y Villar (2007).

4.3.1.4. Motivaciones sobre los destinos turísticos según la especialidad

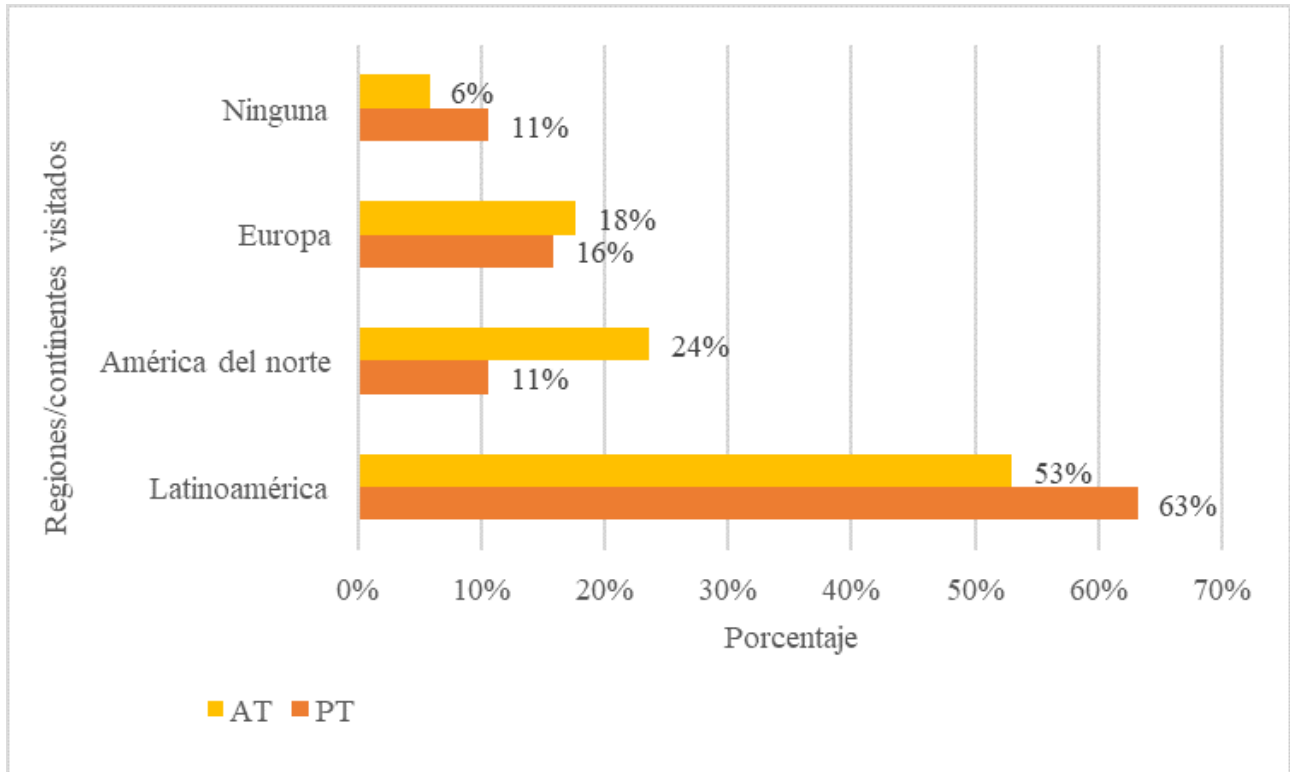
Figura 4.19: P32 - Provincias argentinas visitadas, según la especialidad.



Las diferencias entre los intervalos de provincias visitadas se encuentran entre 4 y 10 provincias (15 %), menos de 4 provincias (13 %) y entre 10 y 20 provincias (3 %). Menos de 4 provincias y entre 10 y 20 provincias fueron más visitadas por los alumnos de AT, en tanto que los alumnos de PT visitaron más, entre 4 y 10 provincias. El rango de provincias más visitadas en ambas especialidades

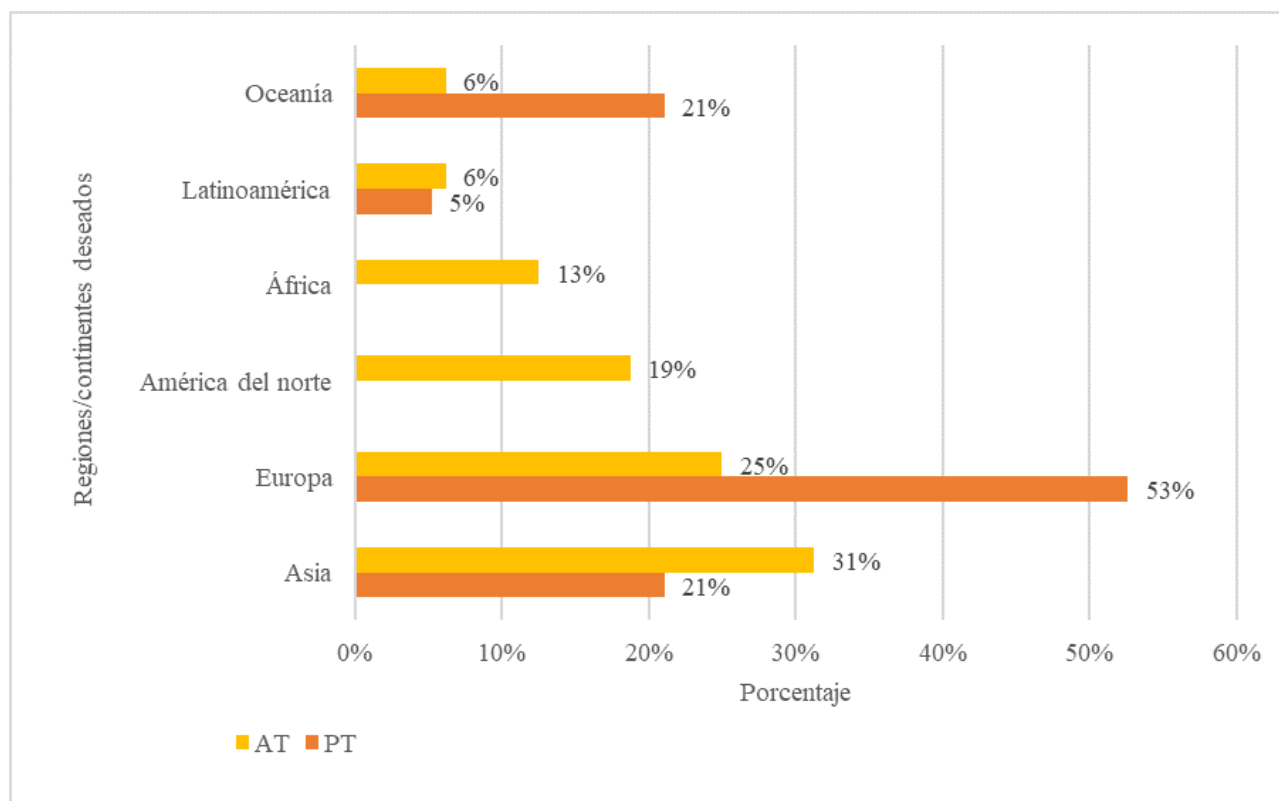
es entre 4 y 10 provincias.

Figura 4.20: P33 - Regiones/continentes visitados, según la especialidad.



Las diferencias en las regiones/continentes visitados con fines turísticos son América del Norte (13 %), Latinoamérica (10 %), ninguna (5 %) y EU (2 %). América del Norte y EU fueron más visitadas por los alumnos de AT. En tanto que los alumnos de PT, visitaron más Latinoamérica y menos ninguna de las anteriores. En ambas especialidades, Latinoamérica es la región más visitada con fines turísticos.

Figura 4.21: P34 - Regiones/continentes deseados, según la especialidad.



Las diferencias sobre los destinos turísticos de las regiones/continentes que les gustaría conocer son EU (28 %), América del Norte (19 %), Oceanía (15 %), África (13 %) y Asia (10 %). América del Norte, África y Asia son preferidos por los alumnos de AT. Mientras que EU y Oceanía son preferidos por los alumnos PT.

Discusión: Un porcentaje mayor de alumnos de AT, principalmente provenientes de escuela secundaria pública, conoce muy pocas provincias argentinas. A su vez, un mayor porcentaje de alumnos de AT conoce América del Norte con respecto a los alumnos de PT. Estos vienen mayormente de la escuela secundaria privada. En ambos casos, casi todos trabajan. Un porcentaje mayor de alumnos de PT conoce entre 4 y 10 provincias y viajaron más con fines turístico a Latinoamérica, esto corresponde con alumnos que no trabajan, quienes provienen sobre todo de la escuela secundaria privada.

Muchas escuelas secundarias privadas asociadas a sectores medios y medios altos, desarrollan distintos viajes como parte de su currículo, que se pueden dividir en dos grandes grupos: viajes solidarios y de voluntariado (al interior del país) y viajes académicos y educativos (en el exterior). Estos últimos

están vinculados a la propuesta educativa de la escuela y asociados a la segunda lengua que enseña la institución (Mayer, 2019). Esto se relaciona con los hallazgos encontrados en PT, la mayoría de los alumnos no trabaja y provienen de la escuela secundaria privada. En muchas de estas escuelas, se relacionan viajes con diferentes motivos, por un lado, viajan dentro del país para conocer y ayudar a comunidades vulnerables y por otro lado, al exterior, a países relacionados con la segunda lengua enseñada en la institución. Distinto es el caso de AT que, al no poder viajar por sus propios medios, necesitan trabajar.

La mira de los estudiantes de AT está puesta en orden decreciente, en América del Norte, África y Asia y los de PT en EU y Oceanía. Las diferentes trayectorias entre los alumnos de AT y PT muestran que el deseo sobre los destinos turísticos no depende de si fueron a una escuela secundaria pública o privada o de si trabajan. Y en PT, como se dijo, la mayoría no trabaja y provienen de la escuela secundaria privada. Estas diferencias están mostrando la distinción entre sectores sociales a través de expectativas de conducta. Probablemente, las elecciones de los alumnos provenientes de escuela secundaria privada estén vinculadas a sus proyecciones laborales. Según (Mitchell, 2003), la exposición a otras culturas es valorada para la inserción laboral futura puesto que permite establecer competencias sociales y contactos con propósitos económicos, dentro de un cierto círculo empresarial. Por todo ello, EU y Oceanía representan la parte del mundo con la que ellos se quieren vincular para mejorar su conocimiento de idiomas, aumentar su sensibilidad intercultural y conectarse profesionalmente.

4.3.2. Cambios de imaginario dentro de la especialidad

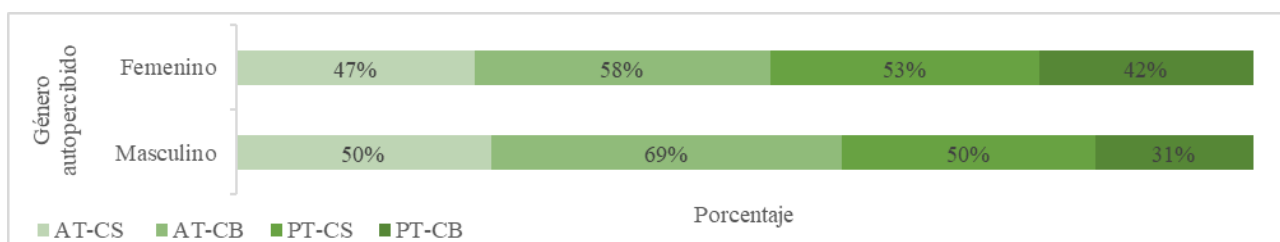
4.3.2.1. Caracterización de la evolución del alumnado

En el presente apartado se utilizará la tabla 2.2 descripta en la sección 2.8 del capítulo 2 para evaluar la evolución ($E = CS/CB$) del alumnado en sus elecciones para cada pregunta. Para mayor comprensión, se ejemplifica a continuación la pregunta P4:

- Género femenino en AT $\frac{47\%}{58\%} = 0,8 \rightarrow$ no hubo cambios en la elección (o sin cambios en el rendimiento académico entre CS y CB)
- Género femenino en PT $\frac{53\%}{42\%} = 1,3 \rightarrow$ hubo aumento de esa elección (o aumentó el rendimiento académico)

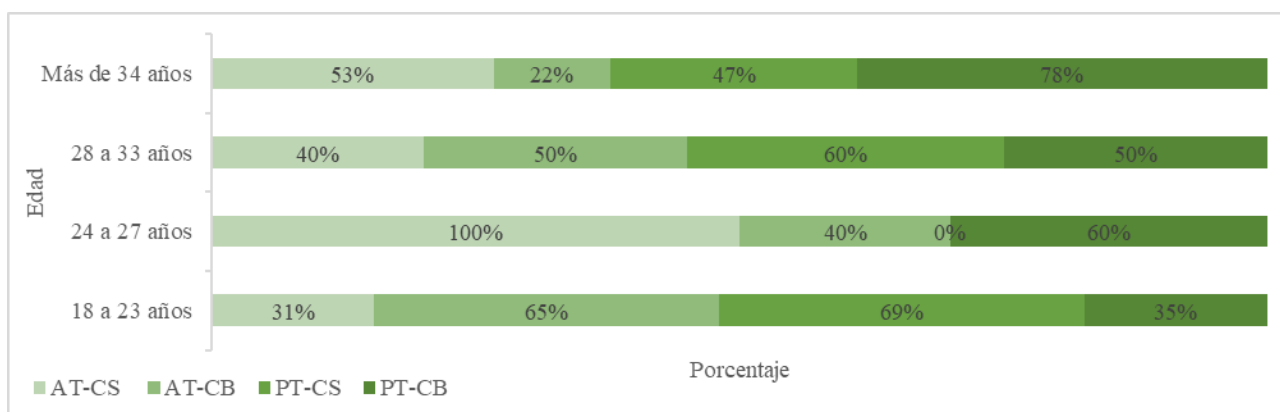
- Género masculino en AT $\frac{50\%}{69\%} = 0,7 \rightarrow$ hubo desinterés en la elección (o disminuyó el rendimiento académico)
- Género masculino en PT $\frac{50\%}{31\%} = 1,6 \rightarrow$ hubo aumento de esa elección (o aumentó el rendimiento académico)

Figura 4.22: P4 - Género autopercebido en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los estudiantes autopercebidos como masculinos empeoran su rendimiento académico con el transcurrir del tiempo ($E = 0,7$), mientras que las estudiantes autopercebidas como femeninas no cambian su rendimiento entre ciclos al evolucionar la carrera ($E = 0,8$). En PT, los estudiantes autopercebidos como masculinos aumentan de forma importante su rendimiento ($E = 1,6$) al igual que las estudiantes autopercebidas como femeninas ($E = 1,3$).

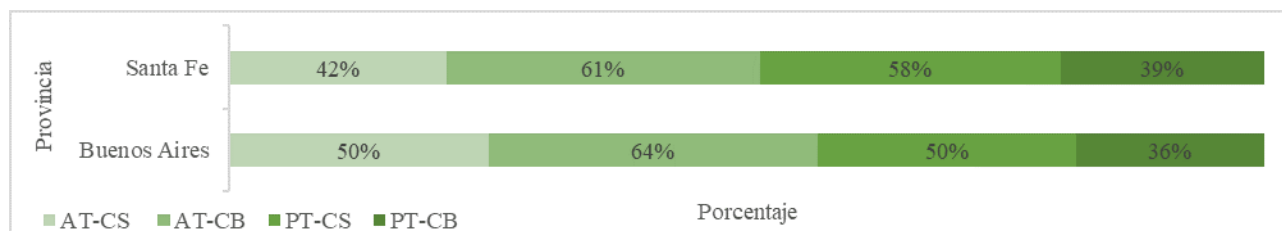
Figura 4.23: P5 - Edad en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los intervalos de 24 a 27 años ($E = 2,5$) y más de 34 años ($E = 2,4$) duplican el porcentaje de materias aprobadas del CS respecto al CB, mientras el rango etario de 28 a 33 años ($E = 0,8$) no cambia su rendimiento y el de 18 a 23 años ($E = 0,5$) lo disminuye. En PT, el rango etario más joven ($E = 2$) tiene el doble de materias aprobadas en el CS respecto al CB. En el intervalo etario 28 a 33

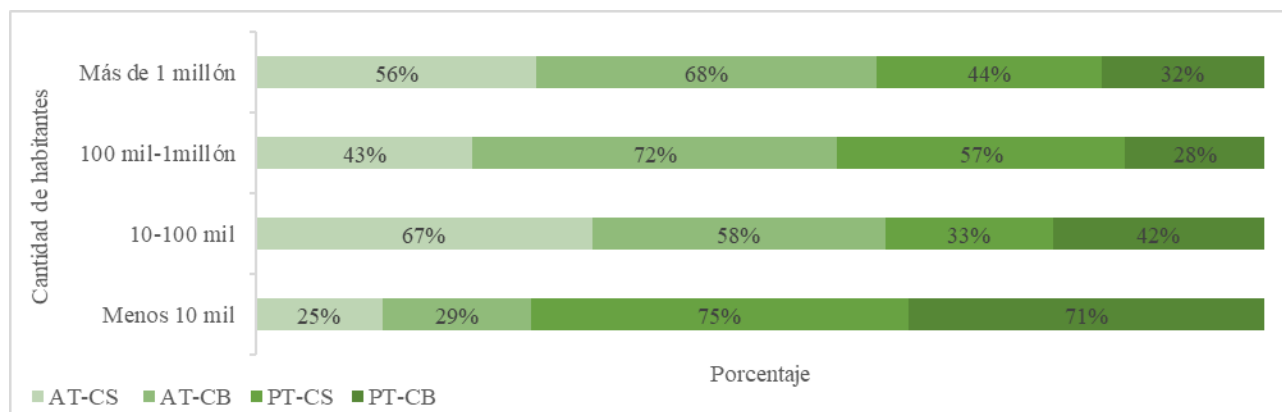
años ($E=1,2$) no hay cambios. Sin embargo, disminuye el rendimiento académico para los rangos etarios de 24 a 27 años ($E=0$) y de más de 34 años ($E=0,6$).

Figura 4.24: P7 - Provincia de origen en el CS/CB de AT y PT.



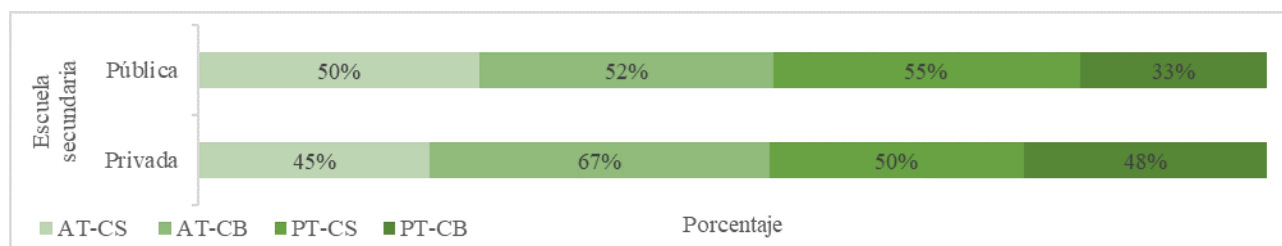
En AT, el porcentaje de alumnos oriundos de Santa Fe ($E=0,7$) tienen baja participación de materias aprobadas en el CS, no hay cambios en los estudiantes oriundos de Buenos Aires ($E=0,8$). Lo contrario ocurre en PT para Santa Fe ($E=1,5$). En el caso de Buenos Aires ($E=1,4$), también aumentan.

Figura 4.25: P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios en el CS/CB de AT y PT.



En AT, no hay cambios en los estudiantes de las ciudades de menos 10 mil habitantes ($E=0,8$), 10 mil a 100 mil habitantes ($E=1,1$) y más de 1 millón ($E=0,8$). Solo tiene un porcentaje menor en el CS que en el CB las ciudades de 100 mil - 1 millón ($E=0,6$). Algo bastante diferente ocurre en PT, en el que las ciudades de 100 mil a 1 millón ($E=2$) y más de 1 millón ($E=1,4$) tienen un porcentaje mayor de materias aprobadas en el CS que en el CB. No hay cambios en los estudiantes de ciudades de menos de 10 mil ($E=1$) y de 10 mil a 100 mil ($E=0,8$).

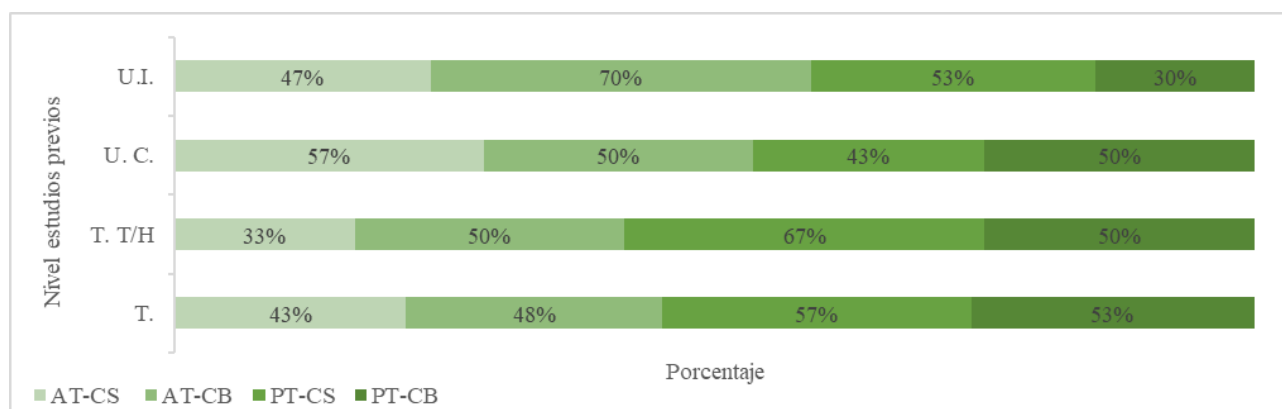
Figura 4.26: P8 - Ámbito de la escuela secundaria en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los alumnos provenientes de la escuela secundaria privada ($E=0,7$), tienen un porcentaje inferior de materias aprobadas en el CS. Los de la escuela secundaria pública ($E=1$) tienen el mismo rendimiento.

En PT, tampoco hay cambios para los alumnos provenientes de la escuela secundaria privada ($E=1$). Sin embargo, aquellos que asistieron a una escuela secundaria pública ($E=1,7$) tienen mayor rendimiento.

Figura 4.27: P12 - Nivel de estudios previos en el CS/CB de AT y PT.



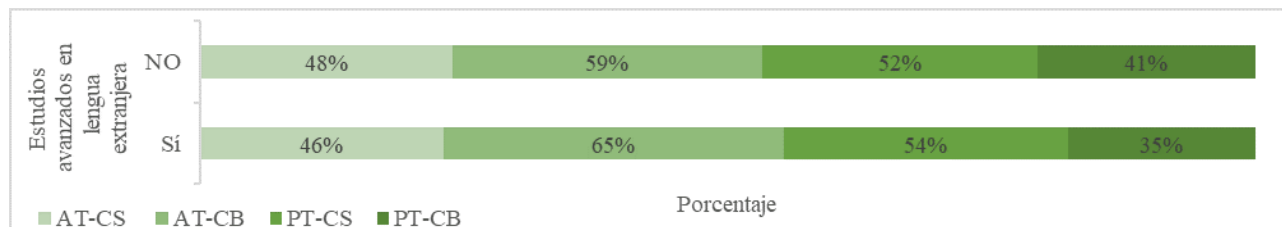
U.C.: Universitario completo/ U. I.: Universitario incompleto/ T: terciario/ T. T/H: terciario Turismo/hotelería.

En AT, no hay cambios para los estudiantes que tienen otro título universitario ($E=1,1$) ni para los que tienen estudios terciarios ($E=0,9$). Mientras que los que presentan otros estudios universitarios incompletos ($E=0,7$) y terciario en Turismo/hotelería (T. T/H ($E=0,7$), tienen un porcentaje mayor en el CB respecto al CS.

En PT, los estudiantes con estudios universitarios incompletos ($E=1,8$) y con título terciario en Turismo/hotelería ($E=1,3$) tienen mayor porcentaje de materias aprobadas en el CS. No hay cambios

para los estudiantes que tienen otro título universitario ($E=0,9$) y terciario ($E=1$).

Figura 4.28: P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los alumnos con certificado de lengua extranjera tienen menor participación en el CS con respecto al CB ($E=0,7$). No hay cambios para los que no tienen ($E=0,8$). En cambio, en PT hay un aumento tanto para los que tienen certificado ($E=1,5$) como para los que no tienen ($E=1,3$).

Figura 4.29: P14 - ¿Trabaja actualmente?, en el CS/CB de AT y PT.

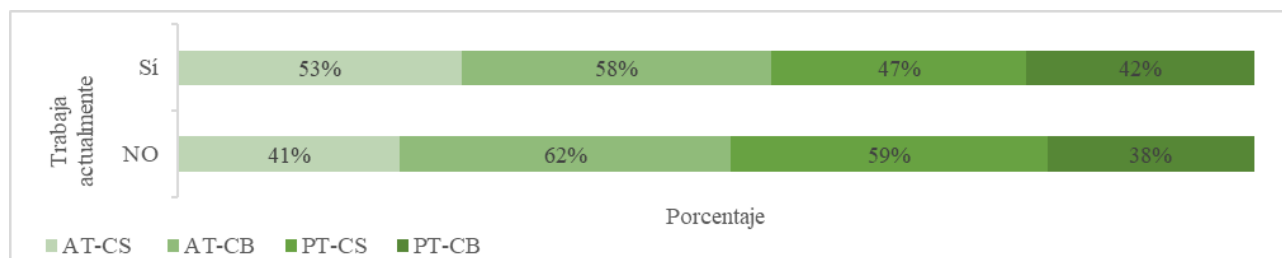
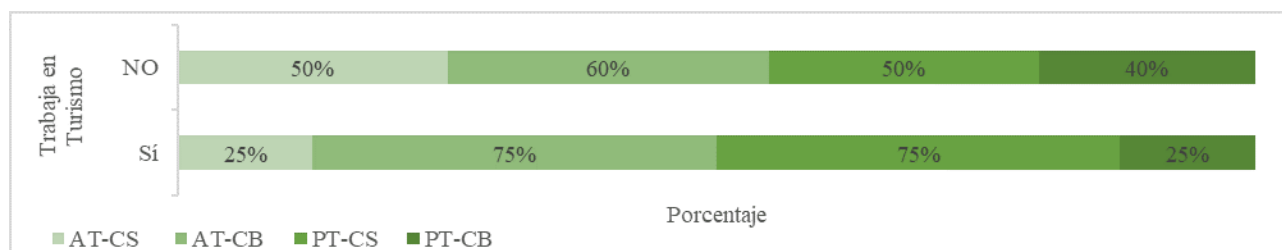


Figura 4.30: P14A - Trabajo relacionado con el Turismo en el CB/CS de AT.



En AT, los que no trabajan ($E=0,7$) tienen menor participación en el CS, no hay cambios para los que trabajan ($E=0,9$). Aquellos que trabajan en Turismo ($E=0,4$) tienen una proporción baja en el CS, no hay cambios para los que no trabajan en dicho rubro ($E=0,8$).

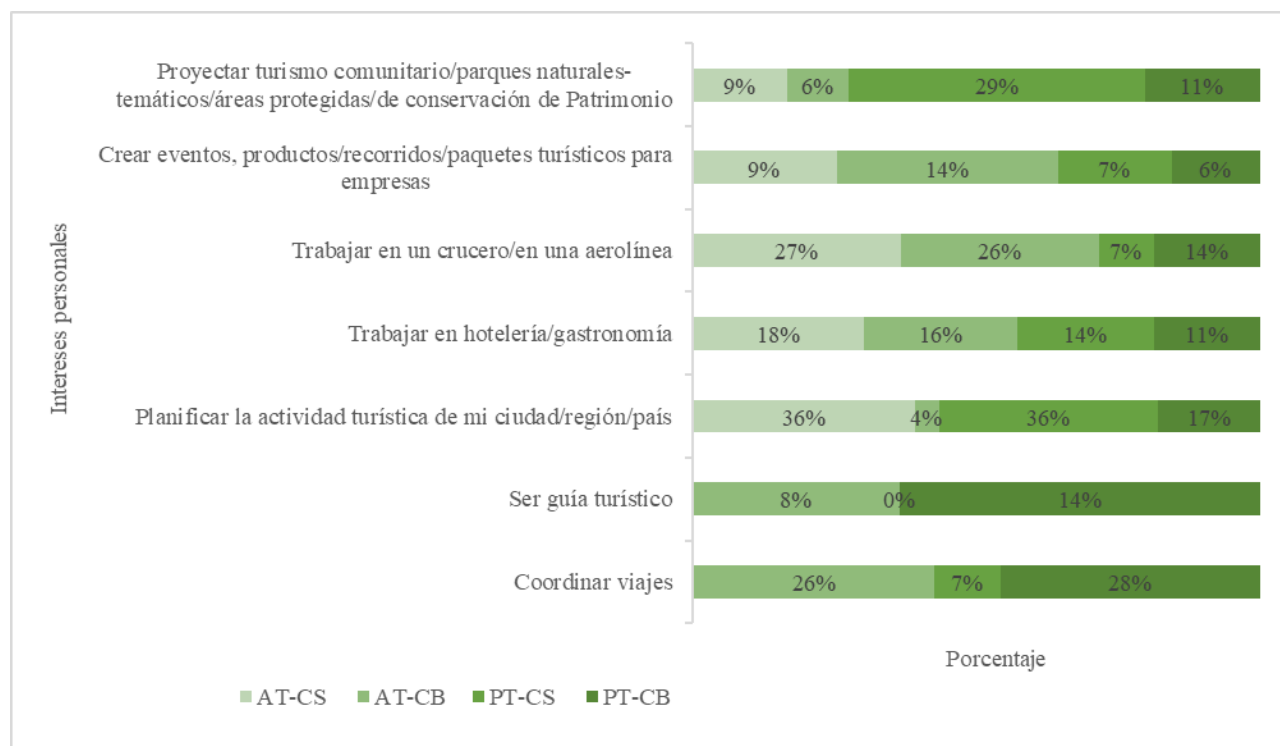
Por lo contrario, en PT, hay un aumento de los que no trabajan ($E=1,5$) en el CS. No así para los que trabajan ($E=1,1$) puesto que no hay cambios. Cabe destacar que, dentro de los que trabajan en

Turismo ($E=3$), hay 3 veces el porcentaje de alumnos con materias aprobadas en el CS respecto al CB. No hay cambios para los que no trabajan en Turismo ($E=1,2$).

Discusión: Durante las dos últimas décadas, (Cervini, 2006) señala que los conceptos de eficacia, identificación de factores y justicia educativa institucional (comparación justa entre especialidades) han tenido una fuerte presencia en la investigación educativa desarrollada en los países desarrollados. Existe un consenso generalizado de que el grado de eficacia de los estudiantes debe ser medido con base en el progreso alcanzado por el alumno con referencia a su nivel de logro inicial (VA) y no solo con base al nivel de logro actual (rendimiento bruto). Así, aporta información adicional en la comprensión del comportamiento de los alumnos de cada especialidad. En este contexto, el rendimiento académico (VA) de los alumnos de la FCEyE, muestra, bajo nivel de eficacia excepto en los intervalos etarios de 24 a 27 y más de 34 años, independientemente de su provincia de origen, del tamaño de la población de proveniencia, del ámbito de escuela secundaria a la que asistieron, de poseer un certificado de lengua extranjera o no y de trabajar o no en Turismo. Por el contrario, los alumnos de la Facultad de FCPolit presentan un elevado nivel de eficacia, en el rango etario de 18 a 23, provienen de escuelas secundarias privadas y de ciudades de más de 100 mil habitantes. Estos resultados son independientes de la provincia de origen, de poseer o no certificado de lengua extranjera y si trabajan o no en Turismo. Cuando trabajan en Turismo, tienen una eficacia muy elevada. Como fue expresado anteriormente, las diferencias encontradas en el rendimiento educativo de las dos Facultades pueden estar vinculadas con factores institucionales como la mayor dificultad de aprobar asignaturas que no están relacionadas con materias de la rama de las Ciencias Sociales.

4.3.2.2. Evolución de las ambiciones profesionales

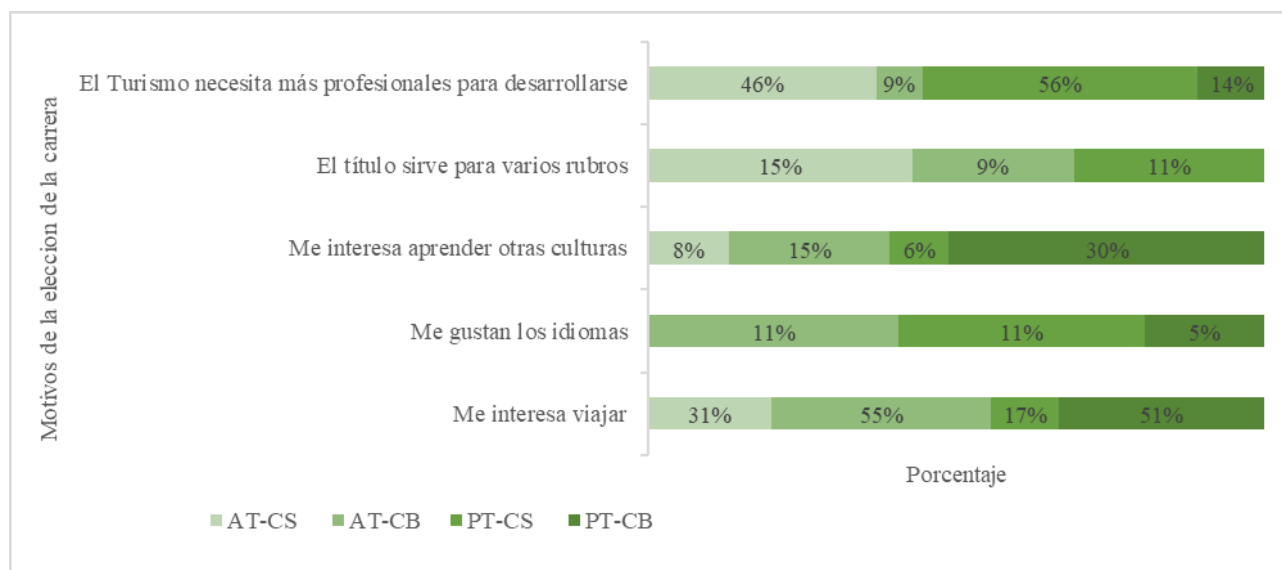
Figura 4.31: P15 - Intereses personales en el CS/CB de AT y PT.



En AT, hay un cambio radical de pensamiento en cuanto a la planificación de la actividad turística, la cual cobra una muy elevada relevancia ($E=9$). También cobra relevancia la proyección de Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio ($E=1,5$). Deja de interesarles un poco la creación de eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas ($E=0,6$). Mantienen su interés por el trabajo en la hotelería/gastronomía ($E=1,1$) y crucero/en una aerolínea ($E=1$). Deja de interesarles completamente ser guía turístico ($E=0$) y coordinar viajes ($E=0$).

Los alumnos de PT también aumentan su interés por la proyección de Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio ($E=2,6$) y la planificación de la actividad turística ($E=2,1$). Solo aumentan un poco su interés por el trabajo en la hotelería/gastronomía ($E=1,3$) y se mantiene para la creación de eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas ($E=1,2$). Pierden interés en la coordinación de viajes ($E=0,3$), en el trabajo en cruceros y aerolíneas ($E=0,5$) y deja de interesarles completamente ser guía turístico ($E=0$).

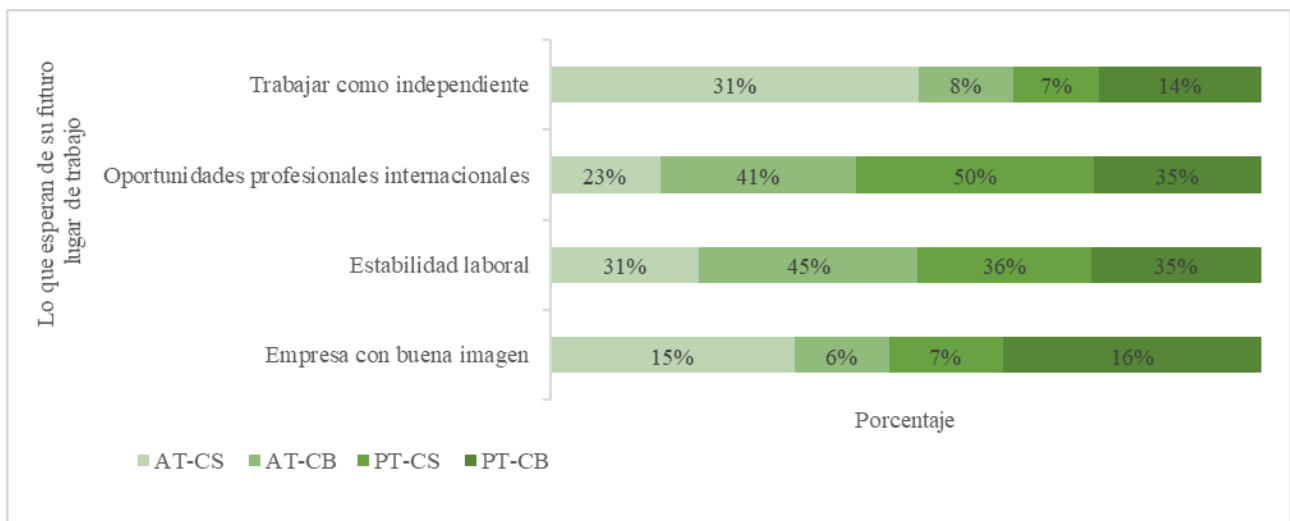
Figura 4.32: P16 - Motivos de la elección de la carrera en el CS/CB de AT y PT.



En AT, hay un marcado aumento en la motivación por la necesidad de profesionales para desarrollar el Turismo ($E= 5,1$), seguido de un aumento menos marcado en la importancia del título para varios rubros ($E= 1,7$). Baja su interés por los viajes ($E= 0,6$) y por el interés en otras culturas ($E= 0,5$) y no los motiva más el gusto por los idiomas ($E= 0$).

En PT, al igual que en AT, la motivación más marcada es la necesidad de profesionales para desarrollar el Turismo ($E= 4$). Seguido del gusto por los idiomas ($E= 2,2$). Deja de motivarlos su interés por el aprendizaje de otras culturas ($E= 0,2$) y de viajes ($E= 0,3$). Ya no consideran que el título sirve para varios rubros ($E= 0$).

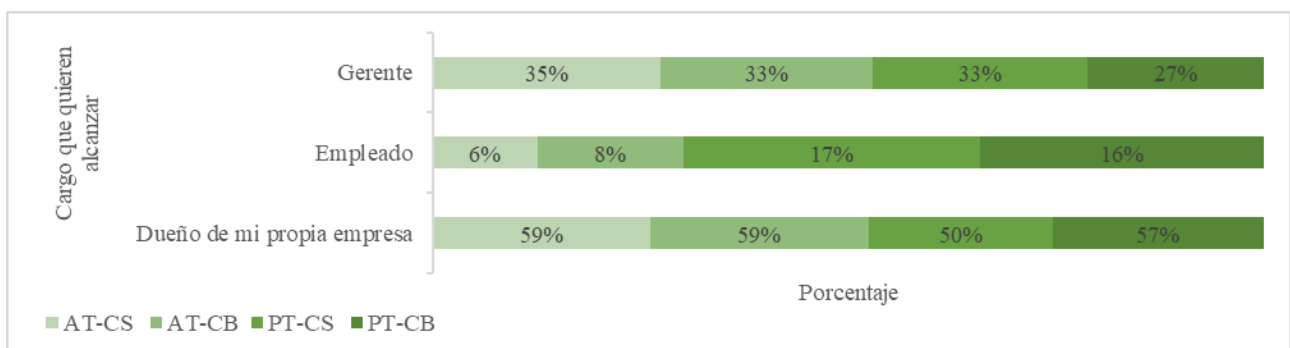
Figura 4.33: P17 - Expectativas sobre su futuro lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).



En AT, el cambio más marcado en lo que se espera de su futuro laboral es el aumento del trabajo como independiente ($E=3,9$) seguido por la buena imagen de la empresa ($E=2,5$). A su vez, hay un desinterés creciente por la estabilidad laboral ($E=0,7$) y las oportunidades laborales internacionales ($E=0,6$).

En cambio, en PT, hay un pequeño repunte de la búsqueda de oportunidades profesionales internacionales ($E=1,4$). No hay cambios en la necesidad de estabilidad laboral ($E=1$) y pierden sustancialmente interés en trabajar como independiente ($E=0,5$) y en una empresa con buena imagen ($E=0,4$).

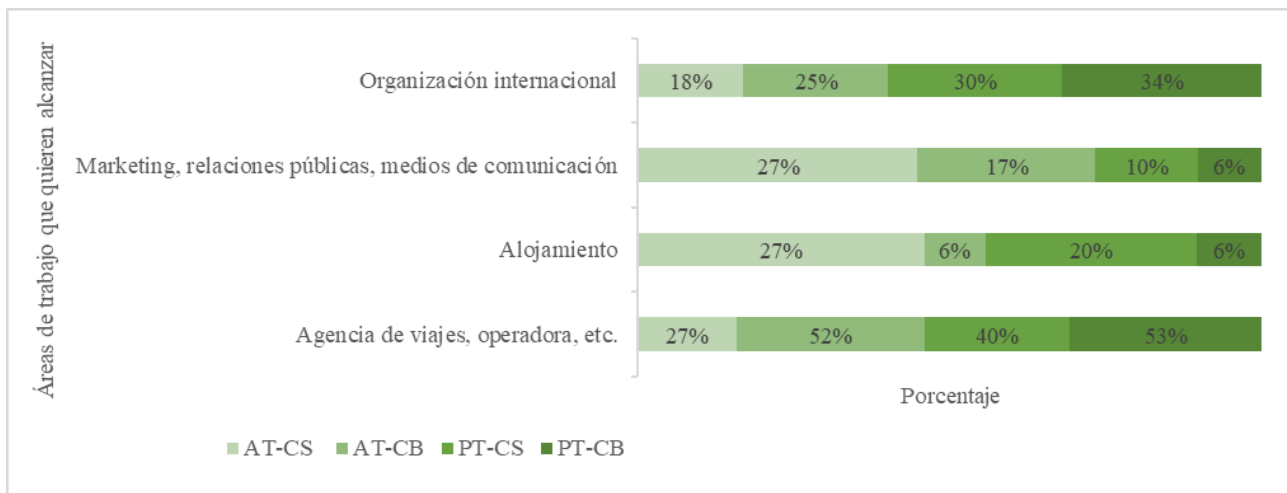
Figura 4.34: P18 - Cargo que quieren alcanzar en su futuro (1-10 años) lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los alumnos del CS continúan sin cambios en su interés por ser dueños de su propia empresa ($E=1$) y gerentes ($E=1,1$) y hay un pequeño desinterés en ser empleado ($E=0,7$).

En PT, prácticamente no hay cambios en su interés por ser empleados ($E=1$), gerentes ($E=1,2$) o dueños de su propia empresa ($E=0,9$).

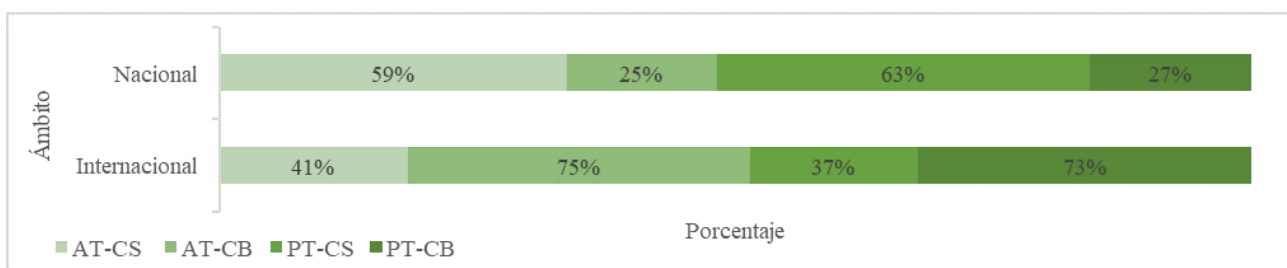
Figura 4.35: P19 - Áreas de trabajo que quieren alcanzar a futuro en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).



En AT, el mayor cambio es el interés en el área de trabajo de alojamiento ($E=4,5$), seguido de un pequeño aumento en marketing, relaciones públicas y medios de comunicación ($E=1,6$). Hay un desinterés por trabajar en organizaciones internacionales ($E=0,7$) y en agencias de viajes y operadores ($E=0,5$).

En PT, los resultados son similares (alojamiento: $E=3,3$; marketing, relaciones públicas y medios de comunicación: $E=1,7$; organizaciones internacionales: $E=0,9$ y agencias de viajes y operadores: $E=0,7$).

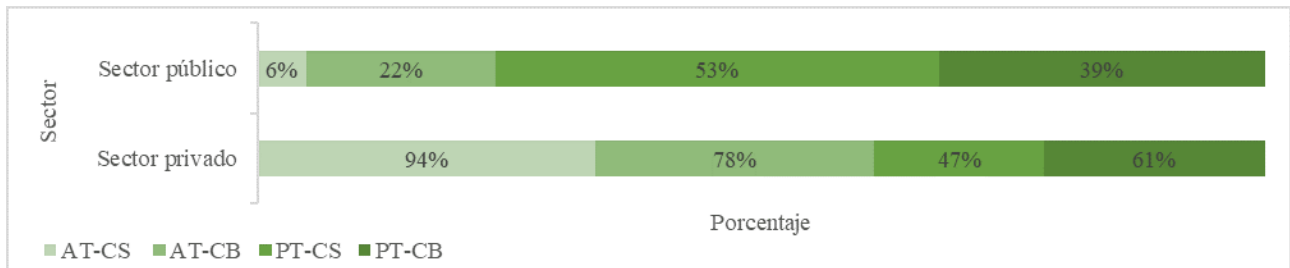
Figura 4.36: P20A - Ámbito con más posibilidades laborales en el CB/CS de AT y PT.



En el CS de ambas especialidades, se duplica el interés por el ámbito nacional (AT: $E=2,4$; PT: $E=2,3$), en el cual creen que tienen más posibilidades laborales y un desinterés concomitante por el

ámbito internacional (AT y PT: E= 0,5).

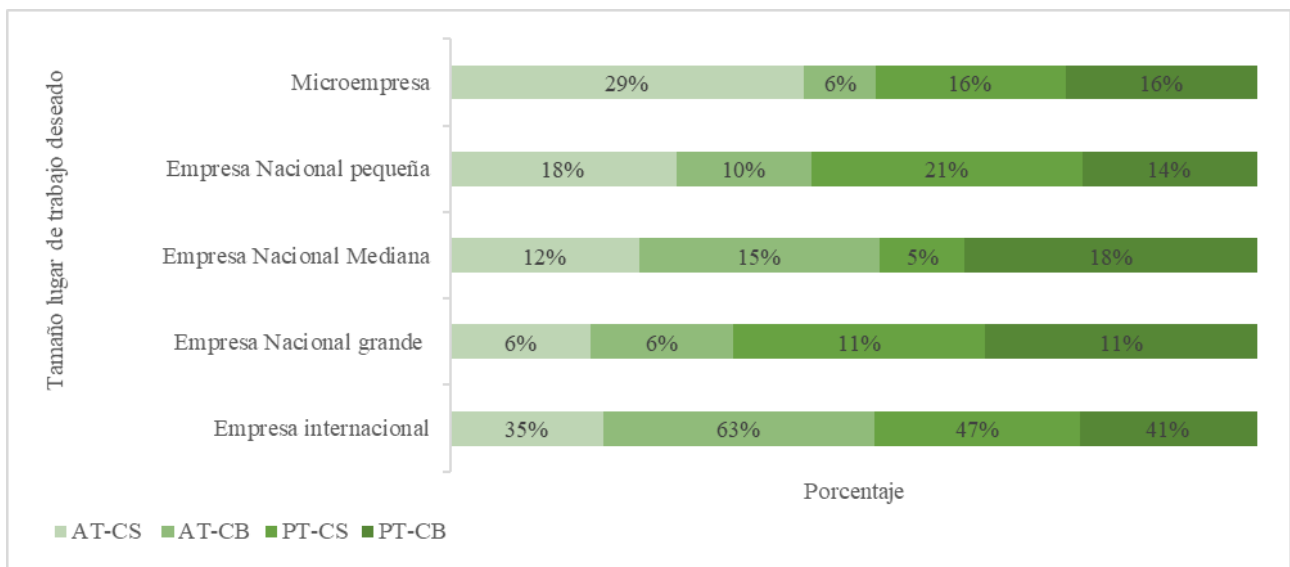
Figura 4.37: P20B - Sector en el que creen que tienen más posibilidades laborales en el CS/CB de AT y PT.



En AT, no hay cambios en el interés por el sector privado (E= 1,2) y disminuye drásticamente su interés por las posibilidades del sector público (E= 0,3).

A diferencia de lo anterior, en PT hay un aumento del interés por el sector público (E= 1,4) y no hay cambios en el interés por el sector privado (E= 0,8).

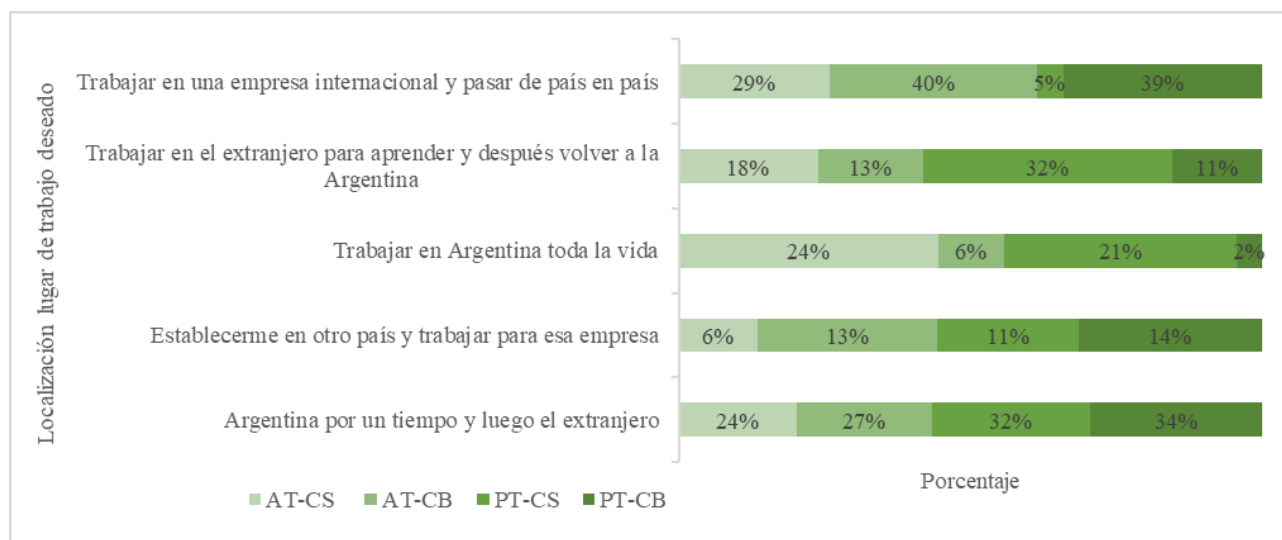
Figura 4.38: P21 - Tamaño de su lugar de trabajo deseado en el CS/CB de AT y PT.



En cuanto al tamaño del lugar de trabajo deseado, en AT, aumenta marcadamente el interés por la microempresa (E= 4,8) y también, aunque en menor magnitud, por la empresa nacional pequeña (E= 1,8). No hay cambios en el interés por trabajar en una empresa nacional grande, (E= 1) nacional mediana (E= 0,8) y hay desinterés por la empresa internacional (E= 0,6).

En PT, hay un pequeño aumento en el interés por las empresas nacionales pequeñas ($E= 1,5$), se mantiene el interés por las microempresas ($E= 1$), las empresas nacionales grandes ($E= 1$) y por las empresas internacionales ($E= 1,2$) y hay un aumento de desinterés por las empresas medianas ($E= 0,3$).

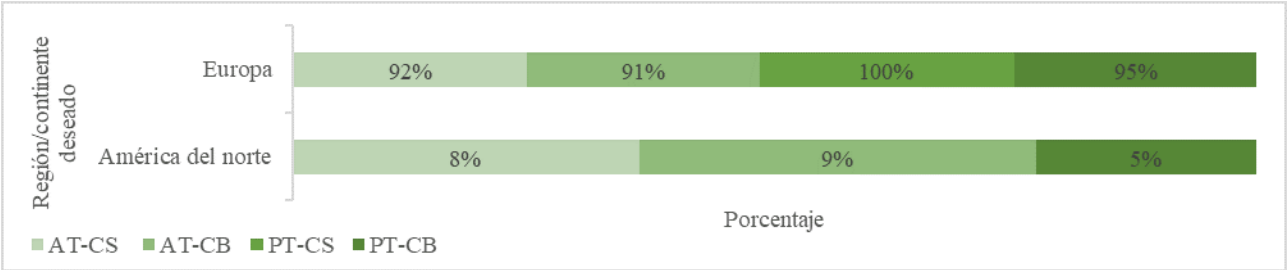
Figura 4.39: P22 - Localización de su futuro lugar de trabajo en el CS/CB de AT y PT (1-10 años).



En relación con la localización del futuro lugar de trabajo, AT aumenta marcadamente la preferencia por trabajar en Argentina toda su vida ($E= 4$) y también hay un aumento pequeño del interés por trabajar en el extranjero y después volver a la Argentina ($E= 1,4$). No hay cambios en el interés por trabajar en Argentina por un tiempo y luego el extranjero ($E= 0,9$) y hay un desinterés creciente por trabajar en una empresa internacional y pasar de país en país ($E= 0,7$) y un marcado desinterés por establecerse en otro país y trabajar para esa empresa ($E= 0,5$).

En PT, hay tendencias similares, aunque intensidades más pronunciadas. Es radical el interés por trabajar en Argentina para toda la vida ($E= 10,5$) e importante el interés por trabajar en el extranjero y después volver a la Argentina ($E= 2,9$). No hay cambios en el interés por trabajar en Argentina por un tiempo y luego el extranjero ($E= 0,9$) ni en establecerse en otro país y trabajar para esa empresa ($E= 0,8$). Por último, disminuye en forma extrema el interés por trabajar en una empresa internacional y pasar de país en país ($E= 0,1$).

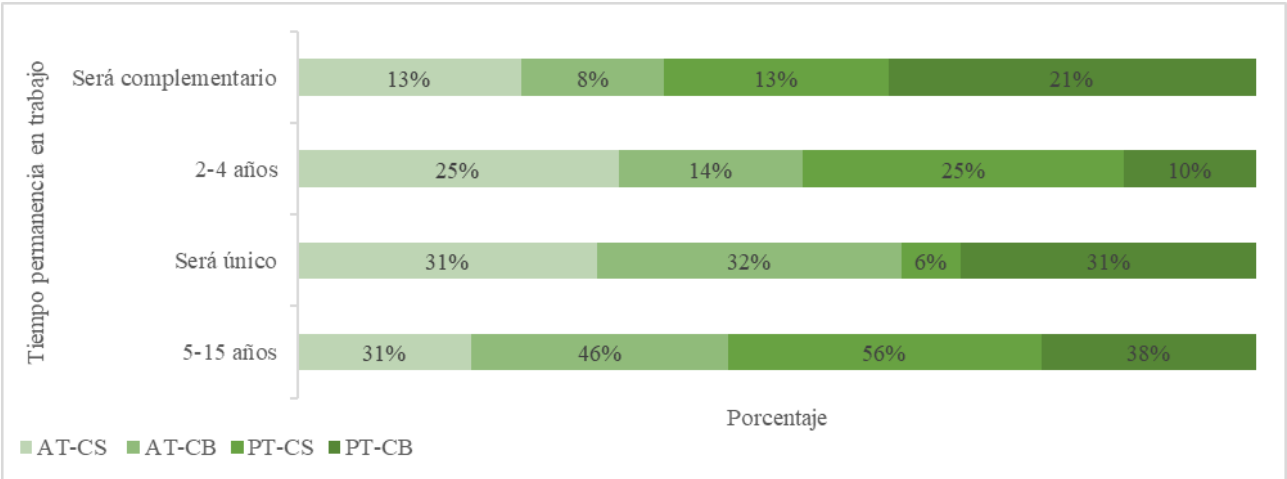
Figura 4.40: P23 - Región/continente deseado para futura (1-10 años) localización de trabajo en el CS/CB de AT y PT.



En el caso de elegir trabajar en el extranjero, en AT se mantiene sin cambios el interés por EU (E= 1) y América del Norte (E= 0,9).

Lo mismo ocurre en PT para EU (E= 1,1), aunque pierde el interés por América del Norte (E= 0).

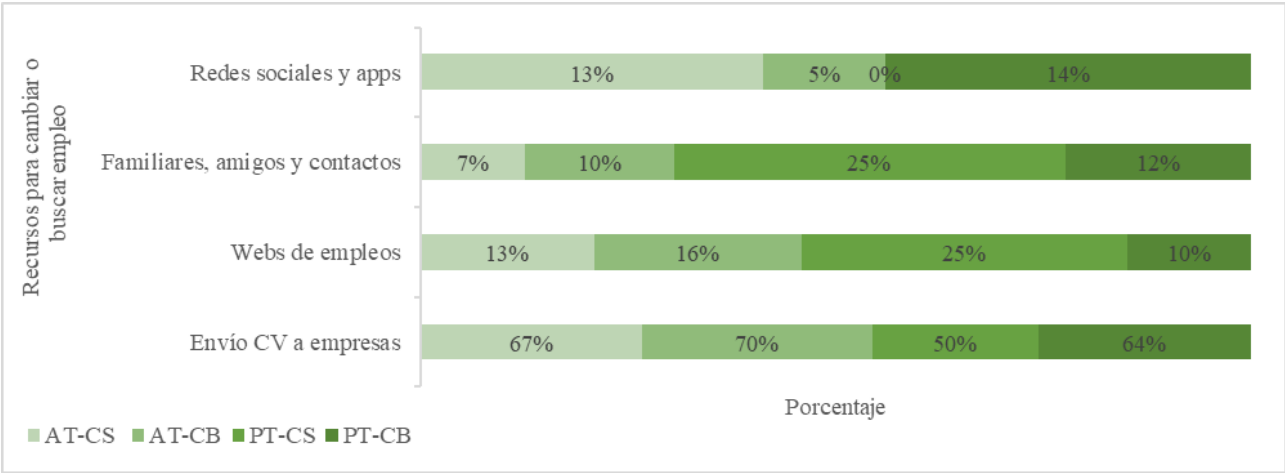
Figura 4.41: P24 - Tiempo para el sostén su futuro lugar de trabajo en elCS/CB de AT y PT.



En AT, hay cambios en las creencias por aumentos del sostenimiento del lugar de trabajo por 2 a 4 años (E= 1,8) y por ser complementario (E= 1,6). No hay cambios en el interés para considerarlo un trabajo único (E= 1) y hay una disminución de la creencia del sostenimiento de 5 a 15 años (E= 0,7).

En PT, el mayor cambio es el interés para los 2 a 4 años (E= 2,5), seguido de 5 a 15 años (E= 1,5). Un aumento de desinterés para que sea complementario (E= 0,6) y un muy marcado desinterés en el sostenimiento como único lugar de trabajo (E= 0,2).

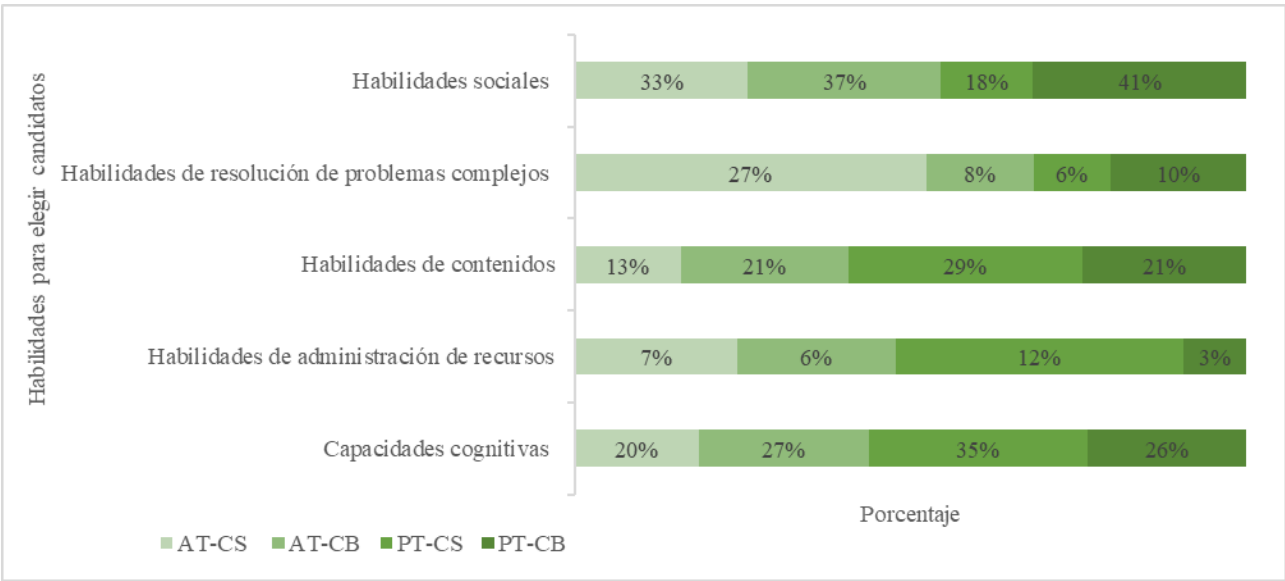
Figura 4.42: P25 - Recursos que emplearían para cambiar o buscar trabajo en el CS/CB de AT y PT.



En AT, los recursos considerados más importantes para buscar o cambiar de empleo aumenta por el uso de redes sociales y apps (E= 2,6). Se mantiene el interés del envío de CV (E= 1) y por las webs de empleos (E= 0,8) y disminuye el interés por el uso de contactos, amigos y familiares (E= 0,7).

En PT, los principales cambios son un mayor interés por usar las webs de empleos (E= 2,5) y los contactos, amigos y familiares (E= 2). Se mantiene el interés por el envío de CV (E= 0,8) y hay un desinterés total por el uso de redes sociales y apps (E= 0).

Figura 4.43: P26 - Habilidades consideradas importantes por los empleadores para elegir candidatos en el CS/CB de AT y PT.



En cuanto a la creencia sobre las habilidades consideradas importantes para los empleadores a la hora de elegir candidatos, en AT, se triplica la elección por las habilidades de resolución de problemas complejos ($E= 3,4$), se mantiene la de habilidades de administración de recursos ($E= 1,2$) y el interés por las habilidades sociales ($E= 0,9$) y disminuye su interés por las capacidades cognitivas ($E=0,7$) y las habilidades de contenidos ($E= 0,6$) respectivamente .

Muy diferentes son los resultados en PT, en los que prácticamente se cuadriplica la elección de la opción de las habilidades de administración de recursos ($E= 4$) y aumentan levemente el interés por las habilidades de contenidos ($E= 1,4$) y las capacidades cognitivas ($E= 1,4$). A su vez, baja en forma medianamente importante la elección por las habilidades de resolución de problemas complejos ($E= 0,6$) y de forma muy importante el interés por la opción de las habilidades sociales ($E= 0,4$).

Discusión: Los cambios más importantes en el pensamiento de los alumnos, al transcurrir la carrera con orientación en AT, son:

- a) aumento del interés por la planificación turística (preponderante) y de la importancia de la profesionalización para desarrollarse como trabajadores independientes en su microempresa, radicada en Argentina, en el área de alojamiento, para toda la vida. Para lograrlo consideran las habilidades de resolución de problemas complejos, la buena imagen y las redes sociales y apps
- b) pérdida del interés/motivación por la creación de eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas, por aprender otras culturas y viajar, por aprovechar oportunidades profesionales internacionales, por el sector público, por la estabilidad laboral, por ser empleado, por el área de agencia de viajes/operadoras, etc. y por las capacidades cognitivas y habilidades de contenidos
- c) pérdida absoluta del interés por la coordinación de viajes, ser guía turístico y por los idiomas.

La evolución de sus ambiciones profesionales está netamente marcada por la FCEyE a la cual asisten². Pivotan en la construcción de su propio emprendimiento y pierden interés en todo lo que no gire alrededor de eso. La Facultad estaría formando emprendedores de Pymes cuyas características los señalan como individuos que dirigen un negocio de manera independiente, trabajan a destajo

²ver plan de estudios de la FCEyE en <https://www.fcecon.unr.edu.ar/carreras/grado/licenciatura-en-Turismo>

para llevar adelante su proyecto y su fin no es lograr un crecimiento ambicioso, sino aplicar el conocimiento en un producto o servicio y evitar tener gran cantidad de empleados (Gartner, 1988; Rodríguez Ramírez, 2009; Fernández España et al., 2019). De hecho, un emprendedor no nace sino que se hace (Shapero, 1984). Detectan oportunidades en el mercado que creen poder cubrir y capitalizar, utilizan las redes sociales y webs para armar el proyecto y cultivan la construcción de la buena imagen (Rubio Castrillo, 2016). La profesionalización es la principal estrategia del negocio; de hecho, son individuos con elevada formación educativa previa (terciario o universitario completo o incompleto) y cuentan con redes de contacto iniciales. Consideran residir en una zona que se ajuste a sus preferencias personales, el deseo de permanecer o volver a una propiedad familiar, perpetuar el legado de su familia, la posibilidad de poner en práctica sus aficiones personales o la posibilidad de desarrollar una actividad para toda la vida (Fernández España et al., 2019).

Los cambios más importantes en el pensamiento de los alumnos, al transcurrir la carrera con orientación en PT, son:

- a) aumento del interés por el sector público, la planificación y la proyección turística, el área de alojamiento y de la gastronomía, como también profesionalizarse, incluyendo el aprendizaje de idiomas para trabajar en el extranjero y luego volver a la Argentina para toda la vida, sosteniendo su trabajo por poco tiempo. Para lograrlo, valoran mucho las webs de empleos y los familiares, amigos y contactos como las habilidades de administración de recursos.
- b) pérdida del interés/motivación por la coordinación de viajes, por trabajar en un crucero/en una aerolínea, aprender otras culturas y viajar, trabajar en una empresa con buena imagen, el ámbito internacional y trabajar en una empresa internacional y pasar de país en país, tener un trabajo único o complementario y las habilidades de resolución de problemas complejos y las habilidades sociales
- c) pérdida absoluta del interés por ser guía turístico, las redes sociales y apps para buscar o cambiar de empleo y América del Norte como destino para trabajar.

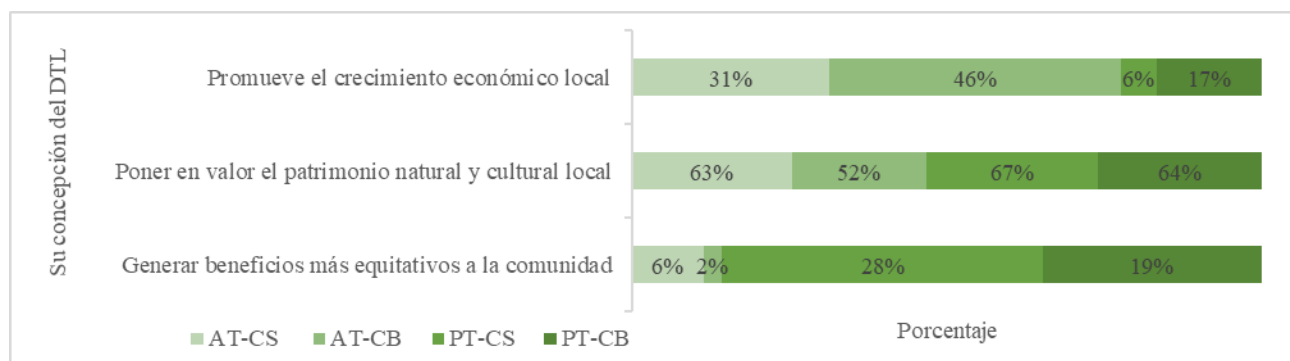
La evolución de sus ambiciones profesionales también está marcada por la FCPolit a la cual asisten. Grosso modo, su trayectoria se dirige hacia la PT, aplicable tanto en el sector público como privado. “Presentan una visión de la ciudadanía global y cosmopolita, que si bien no reniega de lo local, intenta amalgamar contenidos de lo nacional con culturas diversas, valoradas y jerarquizadas mundialmente, dejando de lado aquellas que no lo son” (Mayer, 2019). Desarrollan capacidades y

atributos valorados positivamente en el mundo laboral, adquieren una perspectiva amplia del mundo, aprenden sobre otras culturas y varios idiomas, lo que les permite la comunicación con otras nacionalidades (Resnik, 2009). Es así que utilizan la ya mencionada estrategia de networking (Instituto Nacional de Estadística Español INE, s.f.; Bosada, 2022) y las habilidades de administración de recursos demandadas por las empresas (Basco et al., 2020).

Por otro lado, el aumento del interés por el ámbito nacional, común a ambas especialidades, señala una reversión de la creencia inicial, la cual indicaba mayores posibilidades laborales en el ámbito internacional. Esto refleja una consecuencia directa de los conocimientos incorporados al transcurrir la carrera, los cuales modifican el imaginario colectivo negativo del país comunmente manejado por los modernos medios de comunicación de masas (Morin, 1994).

4.3.2.3. Evolución del pensamiento sobre el DTL

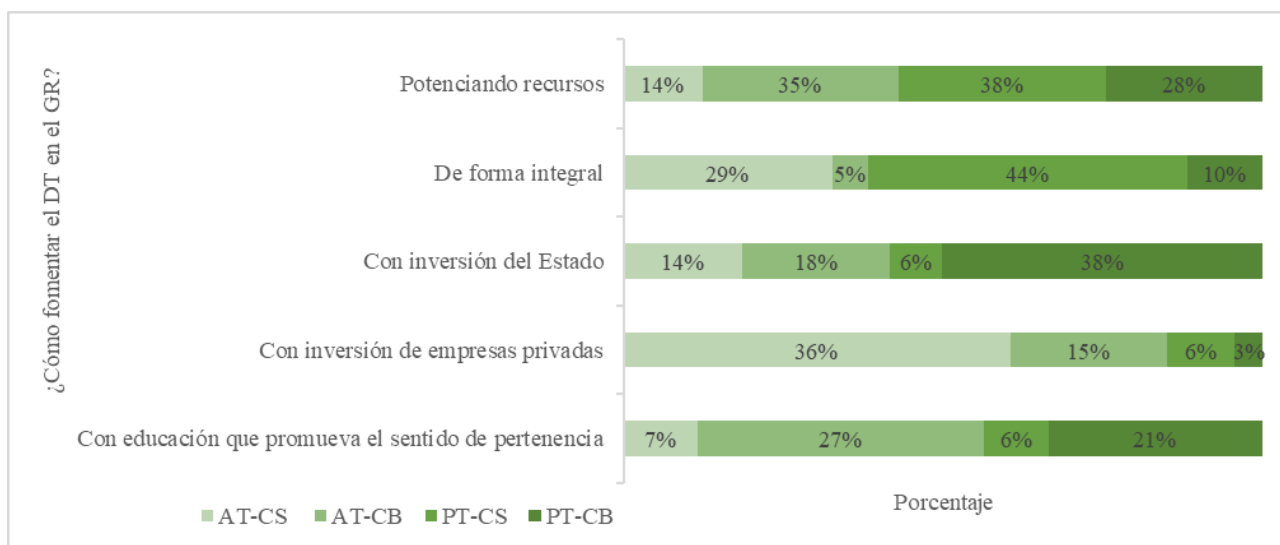
Figura 4.44: P28 - Su concepción del DTL en el CS/CB de AT y PT.



En AT, hay un aumento por la opción la generación de beneficios más equitativos a la comunidad ($E=3$), no se modifica el interés por poner en valor el patrimonio natural y cultural local ($E=1,2$) y hay un mediano desinterés por la promoción el crecimiento económico local ($E=0,7$).

En PT, las tendencias son similares pero hay un poco de aumento por el interés por generar beneficios más equitativos a la comunidad ($E=1,5$), no hay cambios por la puesta en valor del patrimonio natural y cultural local ($E=1$) pero disminuye marcadamente el interés por la promoción el crecimiento económico local ($E=0,3$).

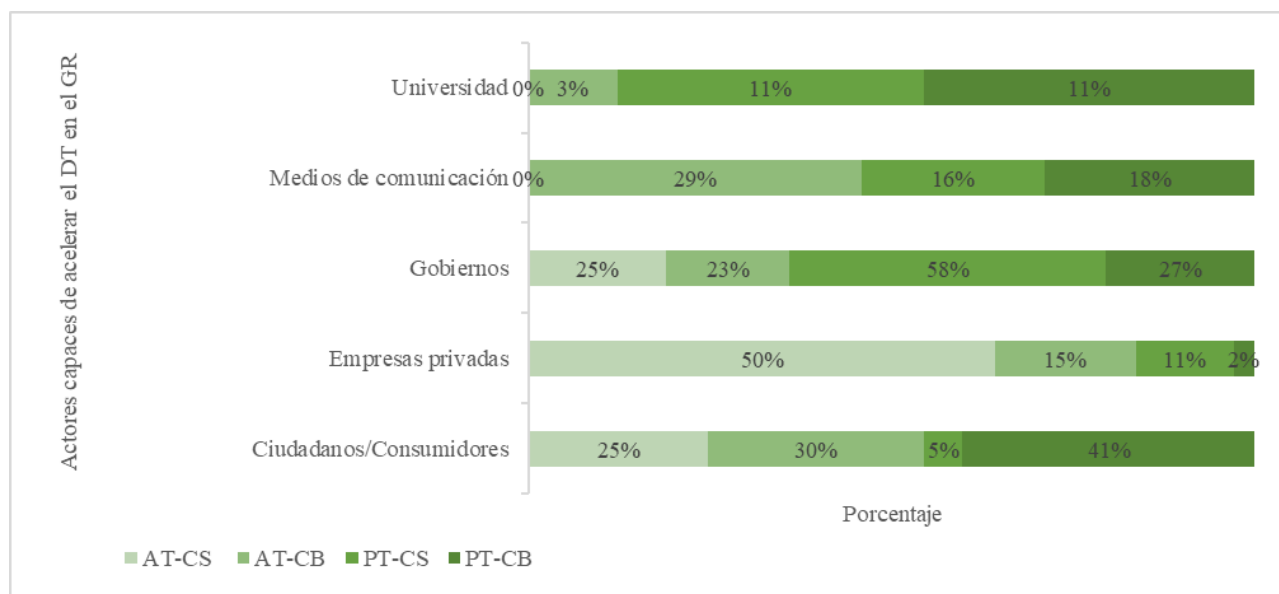
Figura 4.45: P29 - ¿Cómo fomentar el DT en el GR? en el CS/CB de AT y PT.



En AT, se sextuplica la elección por la integración de los factores que promueven el DTL ($E= 5,8$) y se duplica la opción de las inversiones privadas ($E= 2,4$). No hay cambios en la inversión del estado ($E= 2,4$) y hay un marcado desinterés por los factores de educación para promover sentido de pertenencia ($E= 0,3$) y potenciación de recursos ($E= 0,4$).

En PT, también la elección de la integración de los factores se cuadruplica ($E= 4,4$) y se duplica el interés por la opción de las inversiones privadas ($E= 2$). Hay un pequeño aumento por la potenciación de recursos ($E= 1,4$) y muy marcado desinterés por la educación para promover sentido de pertenencia ($E= 0,3$) y por la intervención de la inversión del estado ($E= 0,2$).

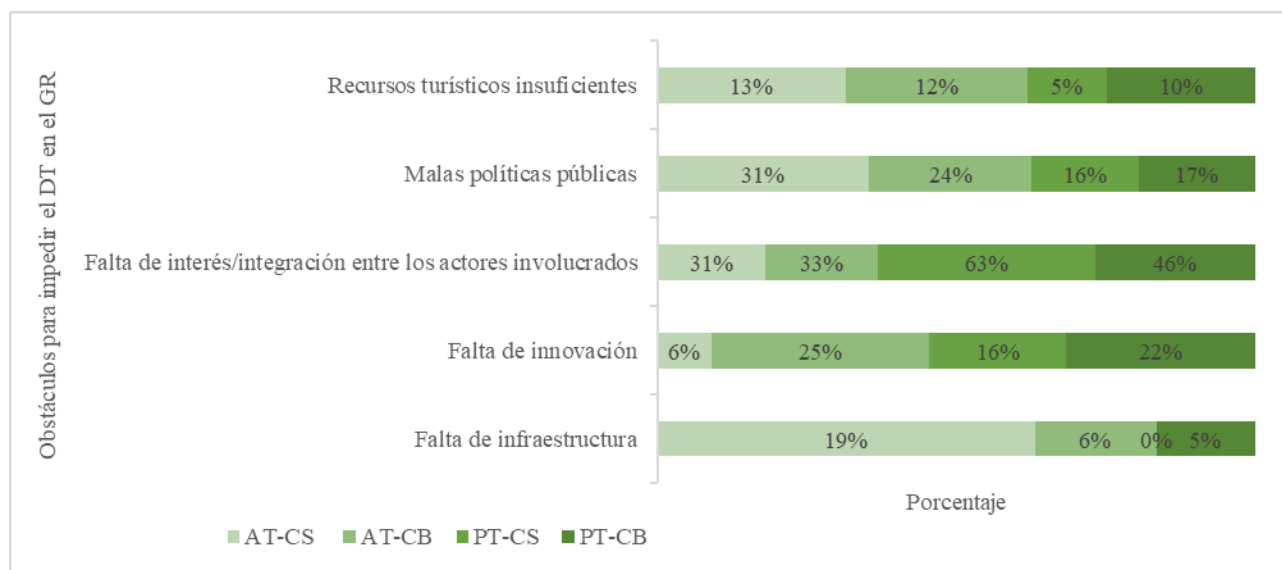
Figura 4.46: P30 - Actores capaces de acelerar el DT en el GR en el CS/CB de AT y PT.



En AT, se triplica la elección por las empresas privadas en tanto actores ($E= 3,3$), se mantiene la del gobierno ($E= 1$), no hay cambios en los ciudadanos/consumidores ($E= 0,8$) y dejan de considerarse los medios de comunicación ($E= 0$) y la universidad ($E= 0$) como posibles actores.

En PT, se quintuplica la elección por la participación de las empresas privadas ($E= 5,2$), se duplica el interés por los gobiernos ($E= 2,1$). No hay cambios en el interés por los medios de comunicación ($E= 0,9$) y por la universidad ($E= 1$) y hay un desinterés casi nulo de los ciudadanos/consumidores ($E= 0,1$).

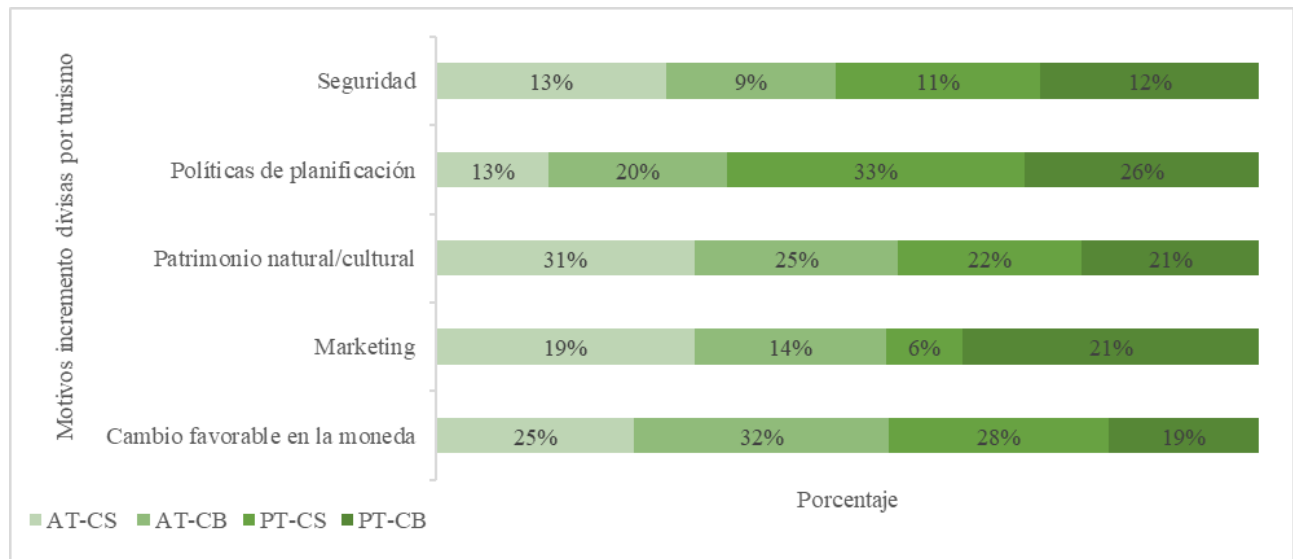
Figura 4.47: P31 - Principales obstáculos para impedir el DT en el GR en el CS/CB de AT y PT.



En AT, se triplica la elección por la falta de infraestructura como el principal obstáculo para impedir el DT en el GR ($E=3,1$), seguido de un impedimento leve por parte de las malas políticas públicas ($E=1,3$). No hay cambios en la falta de interés/integración entre los actores involucrados ($E=1$) y en los recursos turísticos insuficientes ($E=1$). También, disminuye marcadamente la elección por la falta de innovación como factor de obstáculo ($E=0,2$).

En PT, se da un aumento pequeño en la falta de interés/integración entre los actores involucrados ($E=1,4$). No hay cambios en la elección por las malas políticas públicas ($E=1$). Pierden importancia en orden creciente: la falta de innovación ($E=0,7$) y los recursos turísticos insuficientes ($E=0,5$), mientras que la falta de infraestructura es nula ($E=0$).

Figura 4.48: P27 - Motivos del incremento sostenido de divisas atribuidas al Turismo, a nivel local, provincial y nacional en el CS/CB de AT y PT.



En AT, las elecciones de marketing ($E=1,4$) y seguridad ($E=1,4$) como los causantes del incremento sostenido de divisas aumentan levemente. No hay cambios en la elección por el patrimonio natural/cultural ($E=1,2$) y en el cambio favorable en la moneda ($E=0,8$). Se pierde interés en las políticas de planificación (basadas en PETS) ($E=0,6$).

En PT, el cambio favorable en la moneda tiene un aumento considerable ($E=1,5$), seguido de las políticas de planificación (basadas en PETS) ($E=1,3$). No hay cambios en el patrimonio natural/cultural ($E=1$) ni en la seguridad ($E=0,9$). Si hay un desinterés muy marcado por el marketing ($E=0,3$).

Discusión: Los cambios más importantes en el pensamiento de los alumnos sobre el DTL, al transcurrir la carrera con orientación en AT, son:

- aumento de las opciones “el desarrollo se fomenta mediante la integración de inversiones provenientes de las empresas privadas”; los actores más importantes son las empresas privadas; la falta de infraestructura es el principal obstáculo para dicho desarrollo y (con un muy bajo grado de representatividad) generación de beneficios más equitativos para la comunidad.
- pérdida de peso en la promoción del crecimiento económico local como motor del DT, también en la educación que promueva el sentido de pertenencia y en la potenciación de recursos

como factores que promuevan el desarrollo. Poco interés en la política de planificación como responsable del incremento de divisas.

- c) pérdida absoluta del interés por los medios de comunicación y la universidad como actores de desarrollo.

Pareciera que los alumnos han tomado el concepto de desarrollo económico/turístico local consolidado en los noventa con la plena vigencia de la globalización, un modelo neoliberal que considera central a la economía y particularmente a las pymes y no tiene en cuenta otros aspectos tales como lo social, político, cultural, ambiental y territorial (Arocena, 2001; Alburquerque, 2004). A juzgar por sus respuestas, el estudiantado de esta especialidad proyecta ofrecer servicios turísticos basados en el conocimiento (servicios empresariales, de información, personales, recreativos, entre otros), los cuales en Argentina presentan ventajas competitivas a nivel internacional y tienen como nicho de exportaciones los EE.UU. (Centro de Economía Internacional, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Argentina, 2023). En este contexto, los alumnos consideran que “la distancia entre un país desarrollado y otro subdesarrollado, es la insuficiencia de infraestructura en el segundo. De ahí que en América Latina la infraestructura actúe como un condicionante del DT” (Boullón, 2006).

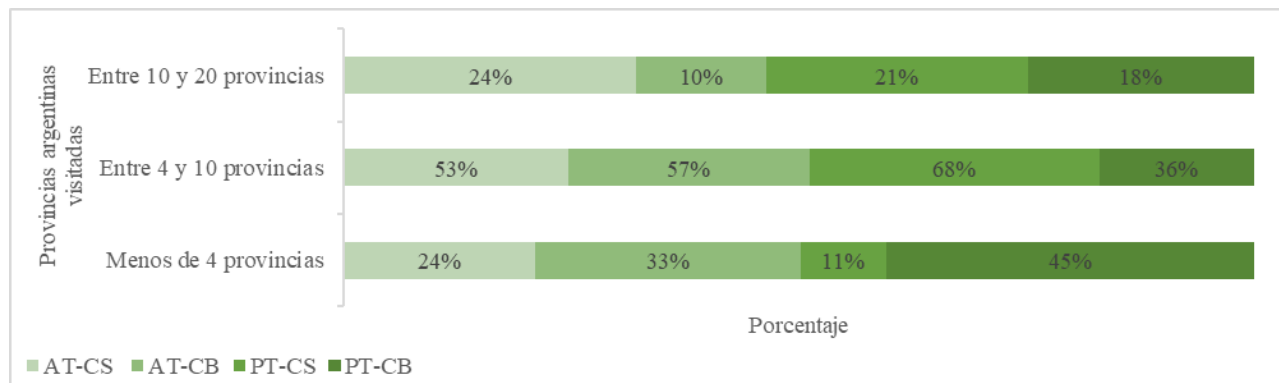
Los cambios más importantes en el pensamiento de los alumnos sobre el DTL, al transcurrir la carrera con orientación en PT, son:

- a) mayor interés en la promoción del DTL de forma integral y con la inversión de las empresas privadas. Los actores más importantes, además de las empresas privadas, son también los gobiernos.
- b) el marketing no es un elemento clave para generar divisas en el Turismo.
- c) la falta de infraestructura no es un factor obstaculizante del DT.

Los alumnos de esta especialidad perciben que el territorio es un espacio de confrontación y de lucha de poderes que pocas veces se traduce en consenso. Tienen en cuenta la importancia de analizar las capacidades locales determinadas por la presencia de diferentes actores desde visiones diferentes y conflictivas y la organización social donde estos actores se manifiestan (Madoery, 2001; Villar, 2007). Para ellos, es necesario desarrollar planificación estratégica como metodología para mejorar la infraestructura y el marketing de las ciudades, distribuyendo mejor los recursos y captando inversiones extranjeras como también un proceso que involucre al conjunto de actores locales (Varisco, 2008).

4.3.2.4. Evolución de las motivaciones sobre los destinos turísticos

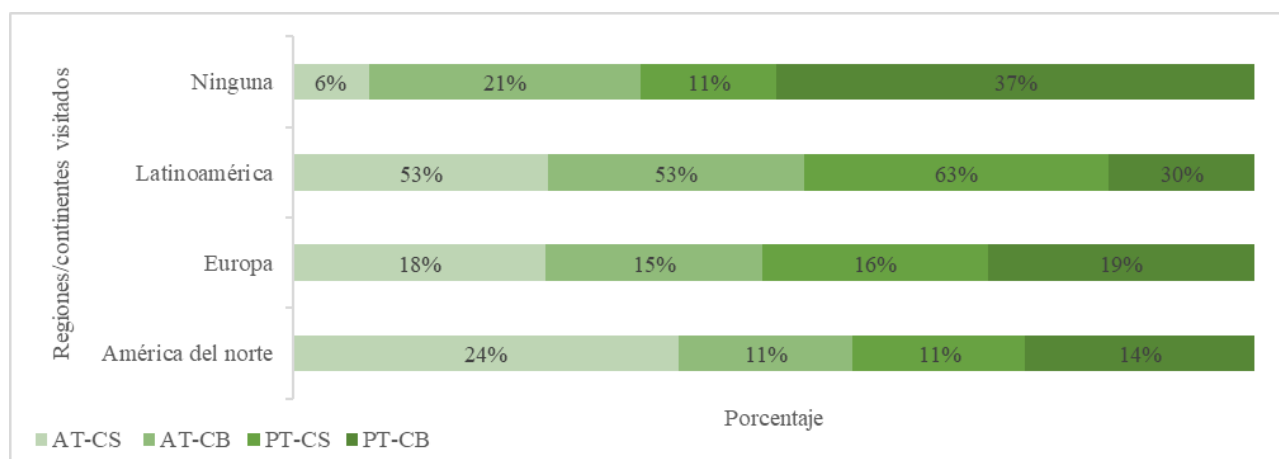
Figura 4.49: P32 - Provincias argentinas visitadas en el CS/CB de AT y PT.



En AT, el porcentaje de alumnos del CS que visitó entre 10 y 20 provincias con fines turísticos, se duplica respecto a los alumnos del CB ($E=2,4$). El porcentaje de visitas entre 4 y 10 provincias, prácticamente no difiere entre ciclos ($E=0,9$) y tiende a disminuir un poco para menos de 4 provincias en el CS ($E=0,7$).

En PT, se duplica el porcentaje de alumnos de CS que visitó entre 4 y 10 provincias ($E=1,9$), no hay cambios en los que visitaron entre 10 y 20 provincias ($E=1,2$) y disminuye mucho el porcentaje de alumnos que visitó menos de 4 provincias ($E=0,2$).

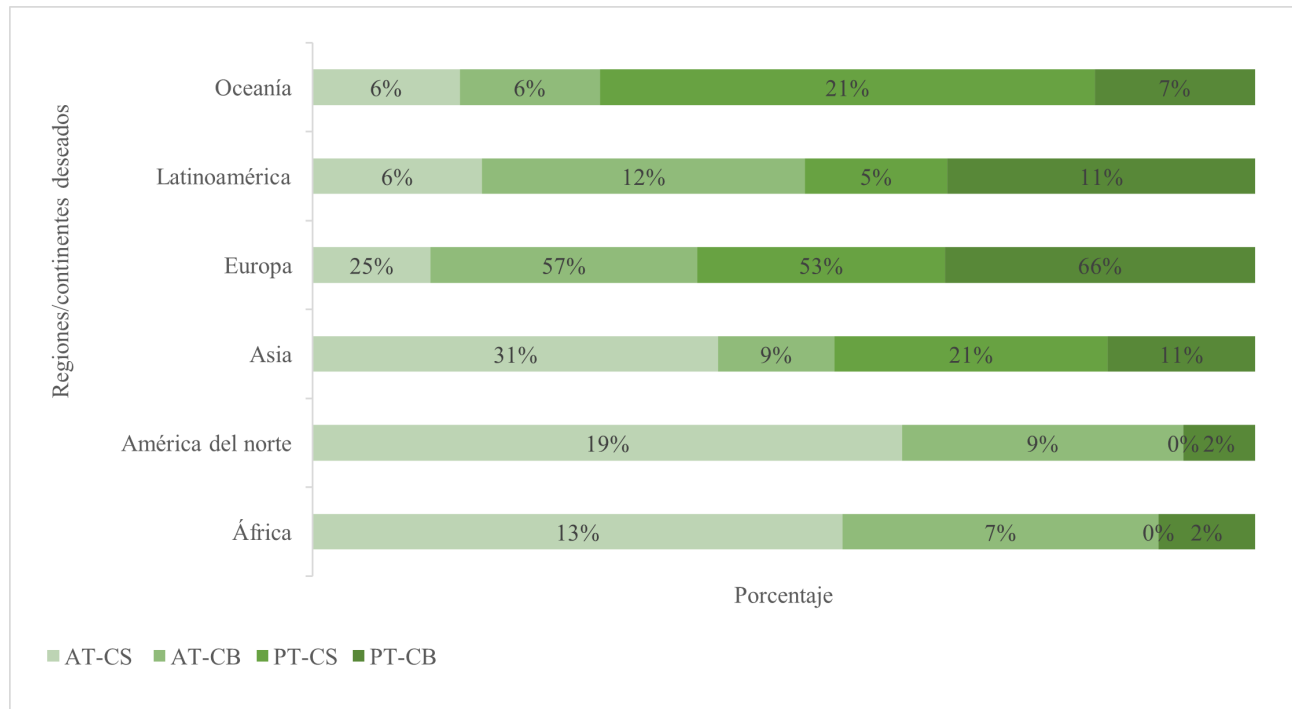
Figura 4.50: P33 - Regiones/continentes visitados en el CS/CB de AT y PT.



En AT, en el CS se duplica el porcentaje de personas que visitaron América del Norte con fines turísticos ($E=2,4$), no varía ni en EU ($E=1,2$) ni en Latinoamérica ($E=1$) y una proporción muy baja no visitó ninguna región/continente ($E=0,3$).

En PT, Latinoamérica fue doblemente visitada ($E=2,1$), no varía para América del Norte ($E=0,8$) y EU ($E=0,8$) y como en AT, una proporción muy baja no visitó ninguna región/continente ($E=0,3$).

Figura 4.51: P34 - Regiones/continentes deseados en el CS/CB de AT y PT.



En AT, en el CS, se triplica, duplica y casi duplica el interés por visitar con fines turísticos a Asia ($E=3,4$), América del Norte ($E=2,1$) y África ($E=1,9$) respectivamente. No se modifica el interés por visitar Oceanía ($E=1$) y disminuye el interés por viajar a EU ($E=0,4$) y Latinoamérica ($E=0,5$).

En PT, se triplica y duplica el interés por viajar a Oceanía ($E=3$) y Asia ($E=1,9$) respectivamente. No hay cambios en el interés por viajar a EU ($E=0,8$) y se pierde por Latinoamérica ($E=0,5$) y no existe interés por viajar a África ($E=0$) y América del Norte ($E=0$).

Discusión: Tanto en AT como en PT, los alumnos del CS viajaron más por Argentina y por diferentes regiones/continentes. Según (Roberson, 2018), el aprendizaje durante las experiencias de viaje mejora el conocimiento relacionado con los aspectos mundanos de los viajes como, negociar los detalles del viaje, obtener información sobre diferentes culturas, visitar lugares por primera vez e interactuar con otros viajeros. Al viajar, las personas aprenden habilidades inesperadas como resolver problemas, administrar el tiempo, la comunicación y la gestión de las finanzas, usar habilidades in-

terpersonales y sociales, todas ellas beneficiosas para muchos de sus posibles proyectos futuros. Los viajes influyen positivamente en su independencia, en su apertura mental y en el sentimiento de comodidad frente a diferentes tipos de personas. Viajar y estudiar puede fomentar el desarrollo intelectual y el crecimiento personal, la conciencia intercultural, la adquisición de lenguas extranjeras y el desarrollo profesional. En consecuencia, el hecho que los estudiantes avanzados de ambas especialidades sean más viajados que los del CB, podría revelar la efectividad de dichos viajes sobre su rendimiento académico.

Al transcurrir la carrera con orientación en AT, aumentan su interés por viajar con fines turísticos a Asia, América del Norte y un poco menos a África.

Al transcurrir la carrera con orientación en PT, sus intereses por viajar con fines turísticos se concentran en Oceanía y Asia. El interés común sobre Asia en ambas especialidades podría deberse a los efectos que el nuevo rol internacional de China genera en la Argentina (Oviedo, 2015). Sin olvidar que el idioma chino mandarín es parte de la currícula de la Licenciatura en Turismo en la UNR³.

Por otro lado, la preferencia por Oceanía entre los alumnos de PT, podría deberse a la búsqueda de profesionales en el sector turístico, principalmente por parte de Australia y Nueva Zelanda (Live & Work New Zealand, Ministerio de Innovación Empresarial y Empleo, Nueva Zelanda, 2023; Immigration and Citizenship, Departamento de Asuntos de Interior, Australia, 2023) y al conocimiento de inglés que probablemente ya poseen.

En el caso de América del Norte para AT, podría estar relacionado al renombrado programa Work & Travel que EE.UU. ofrece hace más de una década para trabajar en el rubro del Turismo y que aplica a estudiantes universitarios o terciarios (Embajada de los Estados Unidos en Argentina, s.f.). En los últimos años el continente africano constituye un mercado y una oportunidad de inversión importante. Las proyecciones del Fondo Monetario Internacional y del Banco Interamericano de Desarrollo indican que casi la mitad de las economías con mayor crecimiento en el mundo serán africanas. La inversión extranjera directa en la economía de los países africanos, en las dos últimas décadas, ha sido uno de los principales canales de la globalización pasando a ser considerada como un mercado en la nueva frontera de la expansión capitalista (Moghalu, 2019). No escapa a esta situación el caso del Turismo que ha crecido enormemente y se encuentra en plena expansión (OMT, 2022). La visión y formación de los alumnos de la especialidad en AT les permite una rápida interconexión con la cadena

³ver plan de estudios de la FCEyE en <https://www.fcecon.unr.edu.ar/carreras/grado/licenciatura-en-Turismo> y de la FCPolit <https://fcpolit.unr.edu.ar/escuelarrii/licTurismo/>

de valor de la producción africana de la globalización.

Capítulo 5

Discusión general y conclusiones

5.1. Discusión general

Esta tesis buscó contribuir a la comprensión del imaginario de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR con el fin de construir conocimiento sobre el DT en el GR. Para ello, se realizó una encuesta estructurada a los alumnos que ingresaban a materias en cada año de la carrera. Primero, se analizaron los orígenes, las ambiciones profesionales, las concepciones sobre el DTL y las motivaciones de los estudiantes de toda la carrera. Segundo, se compararon los resultados de las encuestas entre los alumnos del CS entre las Facultades y los estudiantes del CB y CS de cada especialidad de la carrera.

La primera aproximación que utilizó los resultados de todos los alumnos que completaron la encuesta, arrojó lo siguiente: La carrera está constituida principalmente por alumnos jóvenes, de género autopercebido como femenino, de 18 a 23 años. Predominan los estudiantes con orientación en AT. Son argentinos, oriundos mayormente de la provincia de Santa Fe y habitan localidades urbanas de diferentes tamaños. Considerando el rubro y el tipo de empleo de sus progenitores, pertenecen a una clase media que, aunque empobrecida, se esfuerza por pagar a sus hijos una escuela secundaria privada y fomentar su educación superior. Agrega a esta tradición, el estímulo por el estudio en lenguas extranjeras, que no se concreta por medio de certificaciones. Se registra un fenómeno importante de simultaneidad de trabajo, aunque solamente un porcentaje ínfimo lo hace en Turismo debido a la poca demanda laboral en el GR. Tampoco sus progenitores trabajan en dicho sector.

Tienen una imagen negativa construida sobre su propio país en cuanto a su desarrollo profesional.

Aspiran a trabajar en el exterior, principalmente en EU y secundariamente en América del Norte, de forma estable, como coordinadores de viajes y en aerolíneas/cruceros, ser dueños o gerentes de empresas privadas, con aprendizaje, en paralelo, de otros idiomas y culturas en un horizonte temporal de mediano plazo. Se aceptó la hipótesis que enuncia: *La mayor parte de los estudiantes prefiere destinos tradicionales como EU y América del Norte, debido a lo que representan estas regiones en su imaginario* y no se aceptó la hipótesis que enuncia: *La preferencia de los estudiantes de la UNR por la orientación en AT sobre la orientación en PT está relacionada con el sector de mayores posibilidades laborales*. Consideran que sus posibles empleadores eligen los candidatos en base a habilidades sociales y en capacidades cognitivas. Su perspectiva laboral difiere de las competencias requeridas por los empleadores y el contexto global.

Manejan conceptos generales de DTL que responden al viejo paradigma, considerándolo como un potenciador de recursos existentes transformados con inversiones, provenientes preferentemente del estado, e innovaciones, sin tener en cuenta a la educación y a la universidad como posibles generadoras de herramientas para alcanzar un cambio más equitativo. Se aceptó la hipótesis que enuncia: *La mayoría de los estudiantes no tiene en cuenta a la educación que promueva el sentido de pertenencia como herramienta para promover el desarrollo del Turismo local*.

A grandes rasgos, la cantidad de provincias más visitadas por los estudiantes coinciden con las consideradas más populares. En cuanto a las regiones/continentes más visitados y que anhelan conocer con fines turísticos, concuerdan con las estadísticas de la OMT. Estas elecciones estarían motivadas por la búsqueda del prestigio social.

Los temas abordados en este primer capítulo son de gran importancia para poder reflexionar con relación a la visión de los estudiantes sobre la carrera, el Turismo y su futuro laboral. Sin embargo, realizar un análisis con la inclusión de todos los alumnos que completaron la encuesta, siendo que existe un CB y otro superior y dos especialidades diferentes, resultó insuficiente.

Como segunda aproximación se separaron las respuestas de los alumnos del CS y se las contrastó. A su vez, se compararon los resultados del CS y el CB dentro de cada especialidad. Ello permitió ampliar la mirada y encontrar hallazgos relevantes.

- La comparación entre especialidades, en las que la cantidad de alumnos era pequeña y similar, arrojó los siguientes resultados:

PT tuvo mayor rendimiento académico que AT. Entre las causas que pueden explicar estas di-

ferencias, aunque con diferente grado de dificultad, se encuentran la mayor proporción de género autopercebido como femenino, de edad de menos de 28 años, de estudios secundarios previos en escuelas privadas, de estudios terciarios previos (particularmente en Hotelería y Turismo) y universitario incompleto, de certificados en lengua extranjera y de estudiantes que no trabajan, aunque la mitad lo hace en Hotelería y Turismo. Con respecto a las ambiciones profesionales, a pesar de haberse encontrado heterogeneidad en algunas respuestas, los estudiantes de AT presentan características propias de la filosofía transmitida por la globalización (ser gerentes o emprendedores de microempresas, concentración sobre lo privado, entre otros), con el foco de mayores oportunidades puesto en América del Norte. En cambio, en PT, se incluye el trabajo en el sector público y la posibilidad de ser empleado. EU es su principal horizonte laboral temporario.

Se observó que cada especialidad toma conceptos propios de modelos diferentes de DTL. Las diferentes trayectorias de los alumnos de AT y PT sobre los destinos turísticos se relacionan con la parte del mundo con la que desean vincularse profesionalmente.

- La evolución del pensamiento de los estudiantes del CS (especialidad dentro de cada Facultad) con respecto al CB, arrojó los siguientes resultados:

En la FCEyE, los alumnos evolucionaron lentamente (a juzgar por el porcentaje de materias aprobadas en el CS), independientemente del género, de la edad, de la provincia de origen, del tamaño de la ciudad, de haber estudiado en una escuela secundaria privada, tener o no certificado de lengua extranjera, de trabajar o no y de trabajar o no en Turismo. Una excepción a todo lo anterior estuvo representada por los alumnos que tenían estudios universitarios. En la FCPolit, los alumnos que estaban cursando el CS, alcanzaron la especialidad de forma rápida, desde muy jóvenes, independientemente del género, de la provincia de origen, de poseer o no certificado de lengua extranjera y trabajar o no. Respecto al trabajo en Turismo, una elevada proporción trabajaba en el rubro. Muchos de ellos provenían de escuelas secundarias privadas.

En AT, aumentó la importancia del título para varios rubros y la buena imagen de la empresa, de trabajar de manera independiente, en una microempresa y dejó de interesarles la creación de eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas, los idiomas, la estabilidad laboral y las oportunidades de trabajo internacionales. Disminuyó drásticamente su interés por trabajar en el sector público. Consideraron que lo más importante para los empleadores a la hora de elegir candidatos eran las habilidades para la resolución de problemas complejos. En PT, aumentó su interés por las

oportunidades profesionales internacionales y los idiomas, un poco menos su interés por la hotelería/gastronomía y el sector público. Perdieron interés por trabajar en un crucero/en una aerolínea y dejaron de considerar que el título sirve para varios rubros. También se desinteresaron en el trabajo independiente, en la buena imagen de la empresa y en América del Norte como futuro lugar de trabajo. Consideraron que lo más importante para los empleadores a la hora de elegir candidatos eran las habilidades de administración de recursos.

En AT, se potenció la idea que la falta de infraestructura es el principal obstáculo para el DTL y les pareció menos importante la potenciación de recursos. Atribuyeron al marketing y a la seguridad, como los principales motivos de incremento de divisas por Turismo y creían que las políticas de planificación no contribuían. Acabaron desconsiderando los medios de comunicación y la universidad como actores de desarrollo. En PT, consideraron que el marketing no era un elemento clave para generar divisas en el Turismo y que si lo era el cambio favorable en la moneda. La falta de infraestructura no era un factor obstaculizante para el DTL. Visiblemente, los alumnos del CS en PT estaban más adelantados (aún con insuficiencias) en la comprensión más moderna sobre el DTL.

Al avanzar en la carrera, los alumnos de ambas especialidades parecían abandonar mandatos fuertemente arraigados vinculados con los intereses y motivaciones profesionales, tomando un poco más de contacto con la realidad y la demanda laboral. Así, decreció significativamente la idea de la ubicación laboral futura en el extranjero, viajar y aprender otras culturas, la coordinación de viajes, ser guía turístico y el área de agencia de viajes/operadoras. En cambio, se inclinaron por trabajar en Argentina y consideraron más importante la necesidad de profesionales para desarrollar el Turismo. Se aceptó la hipótesis que enuncia: *Los estudiantes del CS pierden interés por trabajar en el ámbito internacional y prefieren trabajar en la Argentina la mayor parte de su período laboral activo*. Además, se incrementó el interés por la planificación de la actividad turística y la proyección de Turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio. Le dieron mayor valor al área de alojamiento, seguido por el marketing, las relaciones públicas y los medios de comunicación.

Hay factores comunes que mostraron claramente una mejor comprensión del DTL. Para los alumnos de **ambas especialidades**, cobró importancia la integración de los elementos que promueven el DT en el GR, los beneficios más equitativos para la comunidad y el aumento de la participación de las empresas privadas y de sus inversiones. A su vez, disminuyó la creencia que el DTL promueve

el crecimiento económico local, que la educación pueda promover el sentido de pertenencia y que la falta de innovación sea un obstáculo para su desarrollo. Resulta llamativo que en la evolución de su concepción sobre el DTL hayan creído que este genera beneficios para la comunidad, pero no de índole económico.

A medida que fueron avanzando en la carrera, conocieron más regiones/continentes y aumentó su interés por visitar Asia.

Al separar los alumnos entre los que tienen materias aprobadas en el CS y los que las tienen en el CB y a su vez, hacerlo en las dos especialidades que tiene la carrera, se visualizaron importantes rasgos del pensamiento estudiantil y de su transformación con el transcurrir de su formación. Se aceptó la hipótesis que enuncia: *El tiempo de permanencia en la carrera modifica sustancialmente las ambiciones profesionales, las motivaciones y las creencias*. En este sentido, es clara la adquisición de un pensamiento más complejo y crítico. También un reconocimiento de otras dimensiones del DTL y la colaboración en la reconstrucción de la identidad.

Esta tesis permitió identificar desajustes estructurales en el área de gestión de la educación, la necesidad de incluir teorías sociales que justifiquen metodológicamente un pensamiento más propio y latinoamericano con el fin de colaborar en la reconstrucción de la identidad cultural. Dada la complejidad de la actividad turística, es indispensable el reconocimiento de otras dimensiones del DTL y su interacción con lo social, lo identitario, lo económico productivo y lo político. Esta profundización en el desarrollo del conocimiento turístico local permitirá lograr profesionales con un mayor pensamiento crítico y más apertura mental para poder adaptarse a los cambios futuros de diferente índole y así permanecer en el mercado laboral.

5.2. Conclusiones

Si bien el método de muestreo utilizado fue subjetivo, considerando que se trata de un primer acercamiento al tema estudiado, los resultados reflejaron, de manera no estricta, el imaginario de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo. La encuesta reveló algunas características de su pensamiento en relación con sus orígenes, ambiciones personales, motivaciones profesionales, conocimiento sobre el DTL y anhelos turísticos. Después de dividir el nivel alcanzado de los alumnos entre CB y CS y separarlos por especialidad, se obtuvieron perfiles diferenciados entre los estudiantes de

cada una de ellas y la incorporación, en el CS, de nuevas formas de pensamiento sobre una visión simplista y estereotipada propias del CB. Los niveles de agrupamiento utilizados son recomendables e imprescindibles. Aunque hubo un aumento en la complejidad del conocimiento del Turismo y en el pensamiento crítico, estos resultan insuficientes para la comprensión del DTL. Es necesario contribuir a la formación de profesionales con una perspectiva más amplia, mediante una mejora en la gestión educativa y en el posicionamiento de la UNR como uno de los actores clave para el DTL.

Referencias

- Albuquerque, F. (2004). *El enfoque del desarrollo económico local* (Vol. 1). Organización Internacional del Trabajo Buenos Aires.
- Albuquerque Llorens, F. (1997). Metodología para el desarrollo económico local. *Sede de la CEPAL en Santiago (Estudios e Investigaciones)*.
- Allegrini, G. O. (2003). Desarrollo local, educación e identidad cultural. *Estudios sobre educación*, 67–83.
- Arocena, J. (2001). Globalización, integración y desarrollo local. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, 581–590.
- Arthur, V., Kuuder, C.-J. W., y Prempeh, V. M. (2012). Home-based travel motivations of students in selected public senior high schools in tamale metropolis, ghana. *European Scientific Journal*.
- Autoridad Laboral Europea, Dirección General de Empleo, Asuntos Sociales e Inclusión. (2018). *Europa ofrece oportunidades de empleo en el sector del turismo durante todo el año*. <https://eures.ec.europa.eu/europe-offers-tourism-job-opportunities-all-year-round-2018-07-26-es>.
- Balderrama, A. (2021). *Llegar a la universidad después de los 60: disfrute, motivación y perseverancia*. <https://www.universidad.com.ar/llegar-a-la-universidad-despues-de-los-60-disfrute-motivacion-y-perseverancia49>. (Redacción de Unidiversidad)
- Basco, A. I., De Azevedo, B., Harraca, M., y Kersner, S. (2020). América latina en movimiento. *Competencias y Habilidades En La Cuarta Revolución Industrial*.
- Boisier, S. (2003). Globalización, geografía política y fronteras. En *Anales de geografía de la universidad complutense* (Vol. 23, pp. 21–39).
- Boisier, S. (2005). ¿ hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, 86.

- Bosada, M. (2022). *¿cómo utilizar la red de contactos para encontrar empleo?* <https://www.educaweb.com/noticia/2021/10/21/como-utilizar-red-contactos-encontrar-empleo-19716/>. (Redacción de Educaweb)
- Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico. *Ed. Trillas, México*, 14, 7–245.
- Brunner, J., y Miranda, D. (2016). *Educación superior en iberoamérica.- informe 2016*. Centro Interuniversitario de Desarrollo (CINDA).
- Buzinde, C. N., Kalavar, J. M., y Melubo, K. (2014). Tourism and community well-being: The case of the maasai in tanzania. *Annals of Tourism Research*, 44, 20–35.
- Cardona, J. R., y Cantallops, A. S. (2012). Resumen gráfico de la heterogeneidad de las actitudes en un destino turístico. *Redmarka: revista académica de marketing aplicado*(9), 63–87.
- Celada, V. L. (2020). *Acerca de las causas de deserción universitaria en argentina a principios del siglo xxi, de las políticas implementadas y nuevas propuestas de retención de población estudiantil*. Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).
- Centro de Economía Internacional, Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, Argentina. (2023). *Nuevo informe sobre comercio de servicios*. <https://cancilleria.gob.ar/es/cei/actualidad/nuevo-informe-sobre-comercio-de-servicios>.
- CEPAL. (2019). *La inversión extranjera directa en américa latina y el caribe* (Inf. Téc. n.º LC/PUB.2019/16-P). Santiago: Autor.
- Cervini, R. (2006). Progreso de aprendizaje en la educación secundaria básica de argentina: un análisis multinivel de valor agregado. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 4(3), 54–83.
- CIS. (2021). *Informes de opinión pública CIS UADE-VOICES! Perspectivas de los jóvenes a futuro*. (Inf. Téc.). Buenos Aires: Fundación UADE. Voices! Research and Consultancy.
- Cividanes Hernández, J. L. (2000). El territorio como variable económica: el concepto de sistema productivo local. *Departamento de Análisis Económico Aplicado, Universidad de Alicante*, 14.
- Creamer, M. (2011). ¿qué es y por qué pensamiento crítico? *Curso de didáctica del pensamiento crítico*, 11–22.
- Dabenigno, V., y Bottinelli, L. (2022). *Informe nacional de indicadores educativos: Situación y evolución del derecho a la educación en argentina* (Inf. Téc.). Buenos Aires: Ministerio de educación, Argentina.

- Dachary, A. A. C. (1996). Desarrollo sustentable, turismo y medio ambiente en el caribe: ¿Una opción válida? *Estudios y perspectivas en turismo*, 5(1), 2.
- Da Silva Añan, E., Portella Teixeira de Mello, S., Da Rosa Borges, G., y Schneider Severo, P. (2019). The sense of belonging amongst tourism students in brazil: a comparison of the perceptions of bachelor and associate degree students. *Turismo: Visão e Ação*, 21(3), 218–238.
- de Dios Pérez, M. J. (2019). Perfiles de estudiantes universitarios y su ajuste a las metodologías de enseñanza. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(1), 171–182.
- Del Busto, E. (2014). El rol del derecho en el desarrollo del turismo. WALLINGRE, N. Y VILLAR, A.(Comps) *Gestión de municipios turísticos, instrumentos básicos de acción, Cap. III. Bernal: Editorial Universidad Nacional de Quilmes*, 57–90.
- Departamento de Información Universitaria. (2021). *Síntesis de información estadísticas universitarias 2020-2021* (Inf. Téc.). Buenos Aires: Secretaría de Políticas Universitaria, Ministerio de educación, Argentina.
- Díaz, I. (2022). Pensar las clases medias desde américa latina: una actualización de viejos debates. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*(74), 159–175.
- Di Gresia, L. M., Porto, A., y Ripani, L. (2002). Rendimiento de los estudiantes de las universidades públicas argentinas. *Documentos de trabajo*(45).
- Dirección de comunicación estratégica, Subsecretaría de Turismo de Rosario. (2019). *Observatorio turístico rosario anuario 2019* (Inf. Téc.). Rosario: Municipalidad de Rosario.
- Dirección Nacional de Población. (2018). *Población urbana en argentina: Evolución y distribución espacial a partir de datos censales* (Inf. Téc.). Buenos Aires: Ministerio del Interior, Argentina.
- Dormois, R. (2013). Economías fordistas y posfordistas: ¿qué diferencias hay? *CITEGO*. Descargado de https://www.citego.org/bdf_fiche-document-2454_es.html
- Education First. (2022). *English proficiency index (EPI)* (Inf. Téc.). Lund, Suecia: Education First.
- Embajada de los Estados Unidos en Argentina. (s.f.). *Programa summer work & travel (swt)*. Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de <https://ar.usembassy.gov/es/summer-work-travel-swt-and-exchange-programs-j/>.
- Euroinnova. (s.f.). *Carreras de turismo mejor pagadas*. Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de <https://www.euroinnova.com.ar/blog/carreras-de-turismo-mejor-pagadas>.

- Fábrega, R., Carrera, L., Díaz, B., Llambí, C., y Singer, D. (2021). *Políticas públicas de enseñanza de lenguas extranjeras: sistematización de experiencias y herramienta para seguimiento y evaluación* (Inf. Téc.). América Latina y el Caribe: CAF Banco de Desarrollo de América Latina. (Documento de trabajo de desarrollo sostenible)
- Facione, P. A. (2011). Critical thinking: What it is and why it counts. *Insight assessment*, 1(1), 1–23.
- Facultad de Ciencia Política y RRH - UNR. (s.f.). *Escuela de relaciones internacionales: Licenciatura en turismo*. Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de <https://fcpolit.unr.edu.ar/escuelarrii/liciturismo/>.
- Fazio, M. V. (2004). *Incidencia de las horas trabajadas en el rendimiento académico de estudiantes universitarios argentinos*. Tesis de la Maestría en Economía de la UNLP. (Documento de Trabajo Nro. 52)
- Fernández España, M. V., Ramírez, M. C., López, S. M., Gauna Lavayén, M., y Cesar, R. Á. (2019). Caracterización de emprendedores y emprendimientos del sector turístico de esquel, argentina. *Teuken Bidikay: Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 10(15), 159–181.
- Fernández, M. (2020). *1 de cada 5 estudiantes cambia de carrera tras el primer año: ¿los ciclos comunes son la solución?* <https://www.infobae.com/educacion/2020/06/19/1-de-cada-5-estudiantes-cambia-de-carrera-tras-el-primer-ano-los-ciclos-comunes-son-la-solucion/>. (infobae - Educación)
- Ferraro, C. (2003). Estudios sobre empleo. componente b: Desarrollo productivo local en argentina. *CEPAL. Buenos Aires*.
- Fisher, J. (2014). Liberalismo, comunitarismo, cultura y multiculturalismo. *Factótum*, 12, 29–46.
- Fraser, B. J., Walberg, H. J., Welch, W. W., y Hattie, J. A. (1987). Syntheses of educational productivity research. *International journal of educational research*, 11(2), 147–252.
- García de Fanelli, A., y Jacinto, C. (2010). Equidade e educação superior na américa latina: O papel das carreiras terciárias e universitárias. *Revista Iberoamericana de educación superior*, 1(1), 58–75.
- García Ortiz, Y., Lopez de Castro Machado, D., y Rivero Frutos, O. (2014). Estudiantes universitarios con bajo rendimiento académico, ¿Qué hacer? *EDUMECENTRO*, 6, 272 - 278.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small*

business, 12(4), 11–32.

- Giovagnoli, P. I. (2002). *Determinantes de la deserción y graduación universitaria: una aplicación utilizando modelos de duración*. Tesis de la Maestría en Economía de la UNLP. (Documento de Trabajo Nro. 37)
- Giust-Desprairies, F. (2004). *L'imaginaire collectif*. Erès.
- Go, F. M. (1995). Emerging issues in tourism education. En W. F. Theobald (Ed.), (pp. 330–346). Butterworth-Heinemann Ltd.
- Goldstein, R. L. (2019). *Turismo y áreas protegidas: capacidades estatales para el desarrollo sostenible (argentina, 2005-2018)*. Universidad de Buenos Aires. (Trabajo final de maestría)
- Gómez, G., y Solís, A. (2017). Imaginario e identidad del pensamiento latinoamericano. *Centro Interuniversitario de Estudios Latinoamericanos y Caribeños*.
- Gómez Nieves, S. (2010). La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(1), 139–156.
- Guía Proyecto Alfa. (2014). Documento de síntesis del proyecto. *Gestión Universitaria Integral del Abandono (GUIA)*.
- Hawkings, D. (1997). Paradigm shifts and major trends influencing tourism education in the new age of tourism. *Human Capital in the Tourism Industry of the 21st Century*. WTO: Madrid, 75–87.
- Hidalgo Villegas, L. N. (2017). Imaginario universitario: ¿qué significa la universidad para los jóvenes estudiantes en guadalajara? *Revista pueblos y fronteras digital*, 12(23), 175–202.
- Hiernaux Nicolás, D. (2002). Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux Nicolás, A. Cordero, y L. Van Duynen Montijn (Eds.), (pp. 7–36). San José: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Hjalager, A.-M. (2003). Global tourism careers? Opportunities and dilemmas facing higher education in tourism. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2(2), 26–37.
- Immigration and Citizenship, Departamento de Asuntos de Interior, Australia. (2023). *First working holiday visa*. <https://immi.homeaffairs.gov.au/visas/getting-a-visa/visa-listing/work-holiday-417/first-working-holiday-417>. (En Inglés)
- infobae. (2022). *Cuáles fueron los distritos que recibieron más turistas en el fin de semana XXL*. <https://www.infobae.com/economia/2022/06/19/cuales-fueron-los-distritos-que-recibieron-mas-turistas-en-el-fin-de-semana-xxl/>.
- Inglehart, R., Basanez, M., Diez-Medrano, J., Halman, L., y Luijkx, R. (2000). World values surveys

- and european values surveys, 1981-1984, 1990-1993, and 1995-1997. *Ann Arbor-Michigan, Institute for Social Research, ICPSR version.*
- Instituto Nacional de Estadística Español INE. (s.f.). *Tablas discontinuadas por cambio metodológico (EPA2005). Serie 2002-2020.* Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=4118>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC). (2019). *Estadísticas de turismo internacional* (Vol. 3; Inf. Téc. n.º 23). Buenos Aires: INDEC.
- Kim, S. S., Lee, M. J., y Chon, K. (2008). Study motivations and study preferences in the korean hospitality and tourism field. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(2), 216–239.
- Korstanje, M. (2011). Turismo. ciencia de la hospitalidad. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 4(11), 1–9.
- Korstanje, M. (2013). *Ciencia de la hospitalidad: un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo.* Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net.
- Krippendorff, J. (1989). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens.* Civilização Brasileira.
- Ladkin, A. (2002). Career analysis: a case study of hotel general managers in australia. *Tourism Management*, 23(4), 379–388.
- Live & Work New Zealand, Ministerio de Innovación Empresarial y Empleo, Nueva Zelanda. (2023). *Tourism & hospitality jobs.* <https://www.live-work.immigration.govt.nz/work-in-new-zealand/job-market-key-industries/tourism-hospitality>. (En Inglés)
- Lossio, O., y Peretti, G. (2020). *Geografía de santa fe: transformaciones recientes del territorio provincial.* Santa Fe: Ediciones UNL.
- Madoery, O. (2001). El valor de la política de desarrollo local. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, 200–228.
- Mantero, J. C. (2004). Desarrollo local y actividad turística. *Aportes y transferencias*, 8(1), 11–38.
- Martín Pavón, M. J., Sevilla Santo, D. E., y Jenaro Río, C. (2018). Factores personales-institucionales que impactan el rendimiento académico en un posgrado en educación. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, 27, 4–32.
- Mayer, L. J. (2019). Viajar para aprender y aprender viajando. estrategias educativas de sectores

- aventajados de argentina. *Universitas, Universidad Politécnica Salesiana*.
- McCaffrey, D. F., Lockwood, J., Koretz, D., Louis, T. A., y Hamilton, L. (2004). Models for value-added modeling of teacher effects. *Journal of educational and behavioral statistics*, 29(1), 67–101.
- Ministerio de Educación, Argentina. (2021). *Síntesis universitaria 2019- 2020 con nuevas estadísticas sobre modalidad a distancia*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/sintesis-universitaria-2019-2020-con-nuevas-estadisticas-sobre-modalidad-distancia>.
- Ministerio de Educación, Argentina. (2021). *Las mujeres superan en más del 10% a los varones en cantidad de estudiantes y en egresadas en todos los niveles universitarios*. <https://www.argentina.gob.ar/noticias/las-mujeres-superan-en-mas-del-10-los-varones-en-cantidad-de-estudiantes-y-en-egresadas-en#:~:text=Asimismo%2C%20que%20la%20cantidad%20de,1%25%20en%20ambos%20casos>.
- Mitchell, K. (2003). Educating the national citizen in neoliberal times: from the multicultural self to the strategic cosmopolitan. *Transactions of the institute of British geographers*, 28(4), 387–403.
- Mociulsky, M. (2022). *La clase media en la argentina: del ascenso social a hacer “malabares” para no caer bajo la línea de pobreza*. <https://www.iprofesional.com/economia/368633-clase-media-como-se-empobrecio-en-la-argentina>. (IPROFESIONAL/ECONOMÍA)
- Moghalu, K. (2019). *De “continente sin esperanza” al “auge de África” en solo 10 años*. <https://www.lavanguardia.com/vanguardia-dossier/20191112/471554847195/africa-crecimiento-pib-desigual-globalizacion.html>. (Vanguardia Dossier)
- Mohammad, B. A. A., y Alsaleh, H. T. (2013). Motivation of students to study tourism hospitality programs. *International Journal of Asian social science*, 3(7), 1637–1647.
- Montoya, A. (1998). ¿desarrollo local o desarrollo comunitario? *Realidad, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*(61), 45–55.
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa Barcelona.
- Moyano-Díaz, E., y Palomo-Vélez, G. (2018). Satisfaction with the country and well-being: future

- expectations / Satisfacción con el país y bienestar: expectativas acerca del futuro. *Revista de Psicología Social*, 33(3), 504–528.
- Nessier, A. F., Pagura, M. F., Pacífico, A. M., y Zandomeni, N. (2018). Estudiantes universitarios que trabajan: desafíos de la simultaneidad. *Escritos Contables y de Administración*, 8(2), 57–77.
- Noticias ONU Mirada global Historias humanas. (2021). *El boom del empleo en las plataformas digitales genera tantas oportunidades laborales como desafíos*. <https://news.un.org/es/story/2021/02/1488562>.
- Núñez López, S., Ávila Palet, J. E., y Olivares, S. L. (2017, enero). El desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios por medio del aprendizaje basado en problemas. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, VIII(23).
- Ocampo, J. A., Stallings, B., Bustillo, I., Velloso, H., y Frenkel, R. (2014). *La crisis latinoamericana de la deuda desde la perspectiva histórica*. CEPAL.
- OMT. (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. World Tourism Organization (UNWTO).
- OMT. (2022). *El turismo africano unido para transformar el sector en aras del crecimiento y las oportunidades*. <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-africano-unido-para-transformar-el-sector-en-aras-del-crecimiento-y-las-oportunidades>.
- OMT. (2023). *Dashboard de datos turísticos de la omt*. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>.
- OMT. (s.f.). *Sitio oficial. el turismo en la agenda 2030*. Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2018). *Infostories: La brecha de género en el empleo: qué frena el avance de la mujer?* <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/barriers-women#global-gap>.
- Oviedo, E. D. (2015). El ascenso de China y sus efectos en la relación con Argentina. *Estudios internacionales (Santiago)*, 47, 67 - 90.
- Parra Sandoval, C. M. (2021). *Perfil del estudiante universitario latinoamericano*. UNESCO.
- Plan del Ministerio de Turismo de la Nación. (2005). *Turismo 2025: Plan federal estratégico de turismo sustentable (actualización 2014)* (Inf. Téc.). Buenos Aires: Ministerio de Turismo, Argentina.

- Poggiese, H. A. (2000). *Desarrollo local y planificación intersectorial, participativa y estratégica. breve revisión de conceptos, métodos y prácticas*. II Seminario Internacional: Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas Desarrollo Local y Gestión Tecnológica. Mar del Plata, Argentina.
- Polack, M. E. (2020). *Educación. solo el 23,8% de la población ocupada tiene nivel superior o universitario completo*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/educacion-solo-238-poblacion-ocupada-tiene-nivel-nid2398003/>. (La Nación)
- Poncela, M. L. (2012). ¿Por qué es necesario apostar por la inversión privada en I+D+i? *Lychnos*(10), 14.
- Porter, M. E. (1990). La ventaja competitiva de las naciones-traducción al español. *Vergara Editores, Buenos Aires*.
- Reina, M., y Reina, A. (2021). *Discurso social sobre empleo público y privado en argentina, valores, ideas y percepciones*. Centro de Estudios en Comunicación Aplicada.
- Resnik, J. (2009). Multicultural education—good for business but not for the state? the ib curriculum and global capitalism. *British Journal of Educational Studies*, 57(3), 217–244.
- Rhew, N. D., Black, J. A., y Keels, J. K. (2019). Are we teaching what employers want? identifying and remedying gaps between employer needs, accreditor prescriptions, and undergraduate curricular priorities. *Industry and Higher Education*, 33(6), 362–369.
- Roberson, D. N. (2018). Learning while traveling: The school of travel. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 22, 14–18.
- Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*(26), 94–119.
- Rogerson, C. M. (1999). Local economic development and urban poverty alleviation: the experience of post-apartheid south africa. *Habitat International*, 23(4), 511–534.
- Rosselli, D. (2020). *El desgranamiento escolar y el acompañamiento a lastrayectorias en la educación superior no universitaria(el caso del iset 58)*. UNR-CEI Especialización en Política y Gestión de la Educación Superior. Trabajo Final.
- Rubio Castrillo, A. (2016). *La importancia de la imagen corporativa en el sector turístico hotelero: El caso de paradores de turismo e iberostar hotels & resorts*. Universidad de Valladolid, España. (Tesis pregrado)

- SAC. (2018). *Radiografía de los universitarios en argentina*. (Inf. Téc.). Buenos Aires.: Unidad de Estudios y Proyectos Especiales (UEPE).
- Santana Turégano, M. Á. (2004). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo: el caso de maspalomas (gran canaria)*. Universitat Autònoma de Barcelona,.
- Shaikh, F. M., y Syed, A. A. S. G. (2013). Global tourism careers opportunities and dilemmas facing higher education in tourism in pakistan: A case study of gorakh hill dadu-sindh-pakistan. *International Journal of Global Business*, 6(1), 33–44.
- Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event (pp. 21-40). *The environment of entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books.
- SmArt THC LATAM. (s.f.). *Habilidades y formación:Cuál es el planteamiento académico del futuro inmediato en turismo por Smart Tourism & Hospitality Consulting*. Recuperado el 1 de Agosto de 2023 de https://www.youtube.com/watch?v=_GJG7oWc9D0.
- Sosa, D. (2016). Comparative analysis of higher education in tourism in latin america and spain. critical success factors and determinants of enrollment prices. *European Journal of Tourism Research*, 14, 119–122.
- Tesén Arroyo, J., y Ramírez Agurto, J. N. (2021). Fortalecimiento de la identidad cultural en la educación básica regular. *EDUCARE ET COMUNICARE Revista de investigación de la Facultad de Humanidades*, 9(1), 47–58.
- Torres, R. M. (2004). Comunidad de aprendizaje: repensando lo educativo desde el desarrollo local y desde el aprendizaje. En *Simpósio internacional sobre comunidades de aprendizaje*.
- Universia. (2019). *Dónde estudiar Turismo en Rosario*. <https://www.universia.net/ar/actualidad/orientacion-academica/donde-estudiar-turismo-rosario-1165186.html>.
- USCIS. (2023). *Eb-5: Programa de inversionistas inmigrantes*. Servicios de ciudadanía e inmigración de UU.EE. <https://www.uscis.gov/es/trabajar-en-estados-unidos/trabajadores-permanentes/eb-5-programa-de-inversionistas-inmigrantes>.
- Vallejo, M. (2003). *La identidad cultural, el turismo y la recreación*. Universidad Nacional de Mar del Plata. (Monografía de Graduación)
- Varisco, C. (2008). Turismo y desarrollo económico local. *Aportes y transferencias*, 12(1), 126–148.
- Villar, A. (2007). *Políticas municipales para el desarrollo económico-social: revisando el desarrollo*

local. Ediciones Ciccus.

- Wakelin-Theron, N., Ukpere, W. I., y Spowart, J. (2018). Perception of tourism graduates and the tourism industry on the important knowledge and skills required in the tourism industry. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1–18.
- Wallingre, N. (2010). Avances en la construcción del conocimiento turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- World migration report 2022*. (2021). Descargado de <https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022>
- Zandomeni, N., Canale, S., Pacifico, A., y Pagura, F. (2016). El abandono en las etapas iniciales de los estudios superiores. *Ciencia, docencia y tecnología*, 52, 127–152.

Apéndice A

Encuesta

A CONTINUACIÓN VAS A REALIZAR UNA ENCUESTA TOTALMENTE <u>ANÓNIMA</u> CON FINES ESTADÍSTICOS											
1) Año ingreso 20 (Completar con una X, sólo una opción)											
1) 2018		2) 2019		3) 2020		4) 2021					
2) Cantidad de materias aprobadas (Completar con una X, sólo una opción)											
1) 0-8		2) 9-16		3) 17-24		4) 25-32					
3) Orientación elegida (Completar con una X sólo una opción)											
1) Administración Turística				2) Planificación Turística							
4) Género autopercebido (Completar con una X, sólo una opción)											
1) Femenino		2) Masculino		3) Transgénero		4) Queer		5) Otro			
5) Edad (Completar con una X, sólo una opción)											
1) 18-23		2) 24-27		3) 28-33		4) +34					
6) Nacionalidad: (Completar con una X, sólo una opción)											
1) Argentino						2) Extranjero					
7) Provincia, origen (Completar con una X, sólo una opción)											
1) Bs. As.		2) Catamarca		3) Chaco		4) Chubut		5) Córdoba		6) Corrientes	
7) E. Ríos		8) Formosa		9) Jujuy		10) La Pampa		11) La Rioja		12) Mendoza	
13) Misiones		14) Neuquén		15) R. Negro		16) Salta		17) San Juan		18) San Luis	
19) S. Cruz		20) Santa Fe		21) Sgo. Est.		22) Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlánt. Sur		23) Tucumán			
8) Escuela secundaria: (Una opción con X)											
1) Privada		2) Pública									
9) N° de habitantes de la ciudad donde se realizaron los estudios secundarios (Completar con una X, sólo una opción)											
1) Menos de 10 mil habitantes			2) 10 mil a 100 mil habitantes			3) 100 mil a 1 millón de habitantes			4) Más de 1 millón		
10) Rubro de trabajo de sus progenitores (Marcar una X por progenitor)											
1) Educación		2) Comercio		3) Agricultura		4) Servicios		5) Turismo		6) Salud	
7) Comunicaciones		8) Construcción		9) Otros							
11) Tipo de trabajo de tus progenitores (Marcar una X por progenitor)											
1) Empleado@		2) Monotributista		3) Desempleado@		4) Am@ de casa		5) Jubilad@		6) Empresari@/Productor@	
7) Otro.....											
12) TUS niveles de estudios previos (Por favor completar con una X, sólo una opción)											
1) Terciario completo				2) Terciario incompleto				3) Terciario en Turismo/Hotelería completo			
4) Terciario en Turismo/Hotelería incompleto				5) Universitario completo				6) Universitario incompleto			

13) ¿Tenés algún certificado de estudio avanzado en lengua extranjera? 13.1) SI / 13.2) NO (Redondear opción correcta)

14) ¿Trabajas actualmente? 14.1) SI/ 14.2) NO (Redondear opción correcta)

14A) En caso afirmativo, ¿tu trabajo está relacionado con el turismo? 14A.1) SI/ 14A.2) NO (Redondear opción correcta)

15) Intereses personales (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Coordinar viajes	2) Ser influencer del turismo en Instagram
3) Ser guía Turístico	4) Planificar la actividad turística de mi ciudad/región/país
5) Trabajar en hotelería/gastronomía	6) Colaborar en el desarrollo de políticas de Secretarías de Turismo
7) Trabajar en un crucero/en una aerolínea	8) Programar una plataforma de reservas informática online, analizar datos, etc.
9) Trabajar en la OMT	10) Tener mi propia flota de traslados (a diferentes escalas)
11) Enseñar en institución/es	12) Redactar acerca de destinos y servicios turísticos
13) Realizar consultorías turísticas	14) Ser Community Manager (gestionar redes y comunicación online)
15) Analizar mercados turísticos	16) Crear eventos, productos/recorridos/paquetes turísticos para empresas
17) Proyectar turismo comunitario/parques naturales-temáticos/áreas protegidas/de conservación de Patrimonio	

16) Motivos de la elección de la carrera Licenciatura en Turismo (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Me interesa viajar	2) Las materias me parecen muy interesantes	3) Me gustan los idiomas
4) El rubro está bien pago	5) Trabajo en Turismo y necesito el título	6) Me interesa aprender otras culturas
7) Hay buena salida laboral	8) Me gusta trabajar con personas y/o comunicación	9) El título sirve para varios rubros
10) El Turismo necesita más profesionales para desarrollarse		

17) ¿Qué espero de mi futuro (1-10 años) lugar de trabajo? (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Empresa con buena imagen	2) Salario competitivo	3) Protección laboral (ej.: agremiado, seguro desempleo, etc)
4) Horas de trabajo flexibles	5) Estabilidad laboral	6) Cursos de formación pagos por la empresa
7) Posibilidad de crecimiento rápido	8) Colegas útiles y colaborativos	9) Oportunidades profesionales internacionales
10) Trabajar como independiente	11) Empresa con tecnología avanzada	12) Comisiones y otros beneficios además del salario

18) Cargo que quiero alcanzar en mi futuro (1-10 años) lugar de trabajo (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Gerente	2) Subgerente	3) Empleado	4) Dueño de mi propia empresa
------------	---------------	-------------	-------------------------------

19) Áreas de trabajo que quiero alcanzar a futuro (1-10 años) (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Docencia	2) Investigación	3) Tecnología de la información (Programación, Big data, IA, etc)
4) Política	5) Gastronomía	6) Agencia de viajes, operadora, etc
7) Transporte	8) Consultoría	9) Marketing, relaciones públicas, medios de comunicación
10) Alojamiento	11) Organización pública	12) Organización internacional

20) ¿En qué ámbito (A) y en qué sector (B) crees que tenés más posibilidades laborales? (Completar con una X)

1) Nacional	2) Internacional	1) Sector público	2) Sector privado
-------------	------------------	-------------------	-------------------

21) Tamaño de mi lugar de trabajo deseado (Completar con una X, sólo una opción)

1) Microempresa (0-10 empleados)	2) Empresa Nac. pequeña (11-50 empleados)	3) Empresa Nac. Mediana (51-250 empl.)
4) Empresa Nac. grande (251 o +)	5) Empresa internacional	

22) Localización de mi futuro (1-10 años) lugar de trabajo (Completar con una X, sólo una opción)

1) Trabajar en Argentina toda la vida	2) Argentina por un tiempo y luego el extranjero
3) Trabajar en una empresa internacional y pasar de país en país	4) Trabajar en el extranjero para aprender y después volver a la Argentina
5) Establecerme en otro país y trabajar para esa empresa	

23) En caso de elegir trabajar en el extranjero, ¿qué región/continente elegirías? (Completar con una X, sólo una opción)

1) Latinoamérica	2) Europa	3) África	4) América del norte	5) Asia	6) Oceanía	7) Elegí trab. siempre en Arg.
------------------	-----------	-----------	----------------------	---------	------------	--------------------------------

24) ¿Cuánto creés que podés sostener tu futuro lugar de trabajo? (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) 6 meses-1 año	2) 2-4 años	3) 5-15 años	4) Será único	5) Será complementario	6) Será reemplazado por robots
------------------	-------------	--------------	---------------	------------------------	--------------------------------

25) ¿Para buscar o cambiar de trabajo, que recursos emplearías? (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Envío CV	2) Redes sociales y apps	3) Familiares, amigos y contactos	4) Servicio estatal	5) Webs empleos	6) Periódico
-------------	--------------------------	-----------------------------------	---------------------	-----------------	--------------

26) ¿Qué habilidades creés que son importantes para los empleadores a la hora de elegir candidatos? (Completar con una X)

1) Capacidades cognitivas (comprender problemas, pensamiento lógico y matemático, creatividad)	
2) Habilidades sociales (Enseñar, persuadir y negociar, inteligencia emocional, orientar, coordinar con otros)	
3) Habilidades de contenidos (Alfabetismo TICs, lengua extranjera, expresión oral y escrita, lectura)	
4) Habilidades de procesos (Monitoreo propio y de otros, pensamiento crítico, escucha activa)	
5) Habilidades sistemáticas (Capacidad de juicio y toma de decisión, análisis de sistemas)	
6) Habilidades de resolución de problemas complejos	
7) Habilidades de administración de recursos (tiempo, materiales, personal, financieros)	

27) Si en nuestro país se produjera un incremento sostenido de divisas debidas al turismo, a nivel local, provincial y nacional: ¿a cuáles de los ítems siguientes se deberían? (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) Marketing	2) Población acogedora	3) Cambio favorable en la moneda	
4) Seguridad	5) Patrimonio natural/cultural	6) Políticas de planificación (basadas en Plan Federal Estratégico de Tur. Sust.)	

28) ¿Qué es el desarrollo turístico local para vos? (Por favor completar con una X sólo una opción)

1) Una fantasía	2) Buscar herramientas para aliviar la pobreza	3) Poner en valor el patrimonio natural y cultural local	
4) Una moda pasajera	5) Promueve el crecimiento económico local	6) Generar beneficios más equitativos a la comunidad	

29) En tu opinión, ¿cómo se puede fomentar el desarrollo turístico en el Gran Rosario? (Por favor completar con una X, sólo una opción)

1) De forma integral	2) Con inversión del Estado	3) Con investigación	4) Con inversión de empresas privadas	
5) Potenciando recursos	6) Con educación que promueva el sentido de pertenencia	7) Con inversiones de capital extranjero		

30) En tu opinión, ¿quiénes son los actores capaces de acelerar el desarrollo turístico en el GR? (Completar con una X, sólo una opción)

1) Ciudadanos/Consumidores	2) Medios de comunicación	3) Empresas privadas	4) Universidad	5) Gobiernos
----------------------------	---------------------------	----------------------	----------------	--------------

31) En tu opinión, ¿cuáles son los principales obstáculos para impedir el desarrollo turístico en el GR?

(Completar con una X, sólo una opción)

1) Falta de innovación	2) Falta de educación tecnológica	3) Falta de interés/integración entre los actores involucrados	
4) Malas políticas públicas	5) Falta de infraestructura	6) Recursos turísticos insuficientes	

32) Provincias de Argentina que visitaste con fines turísticos: (Completar con una X, sólo una opción)

1) Menos de 4 provincias	2) Entre 4 y 10 provincias	3) Entre 10 y 20 provincias	
--------------------------	----------------------------	-----------------------------	--

33) ¿Cuáles de las siguientes regiones/continentes visitaste con fines turísticos?

1) Latinoamérica	2) América del norte	3) Europa	4) África	5) Oceanía	6) Asia	7) Ninguna
------------------	----------------------	-----------	-----------	------------	---------	------------

34) ¿Qué regiones/continentes te gustaría conocer con fines turísticos?

1) Latinoamérica	2) América del norte	3) Europa	4) África	5) Oceanía	6) Asia	
------------------	----------------------	-----------	-----------	------------	---------	--

Apéndice B

Gráficos adicionales

3.3.1 Caracterización del alumnado.

Figura B.1: P4 - Género autopercebido.

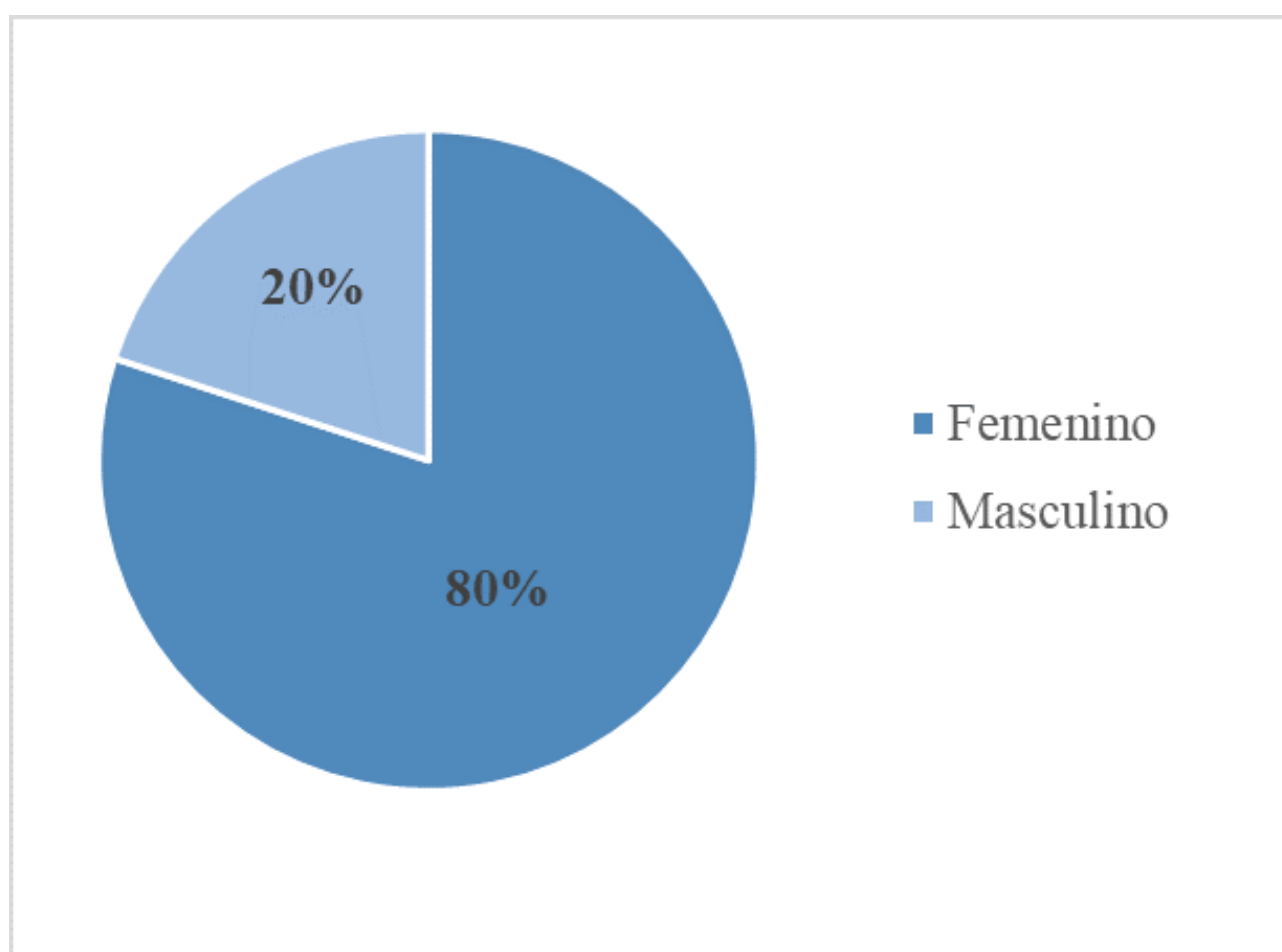


Figura B.2: P6 - Nacionalidad.

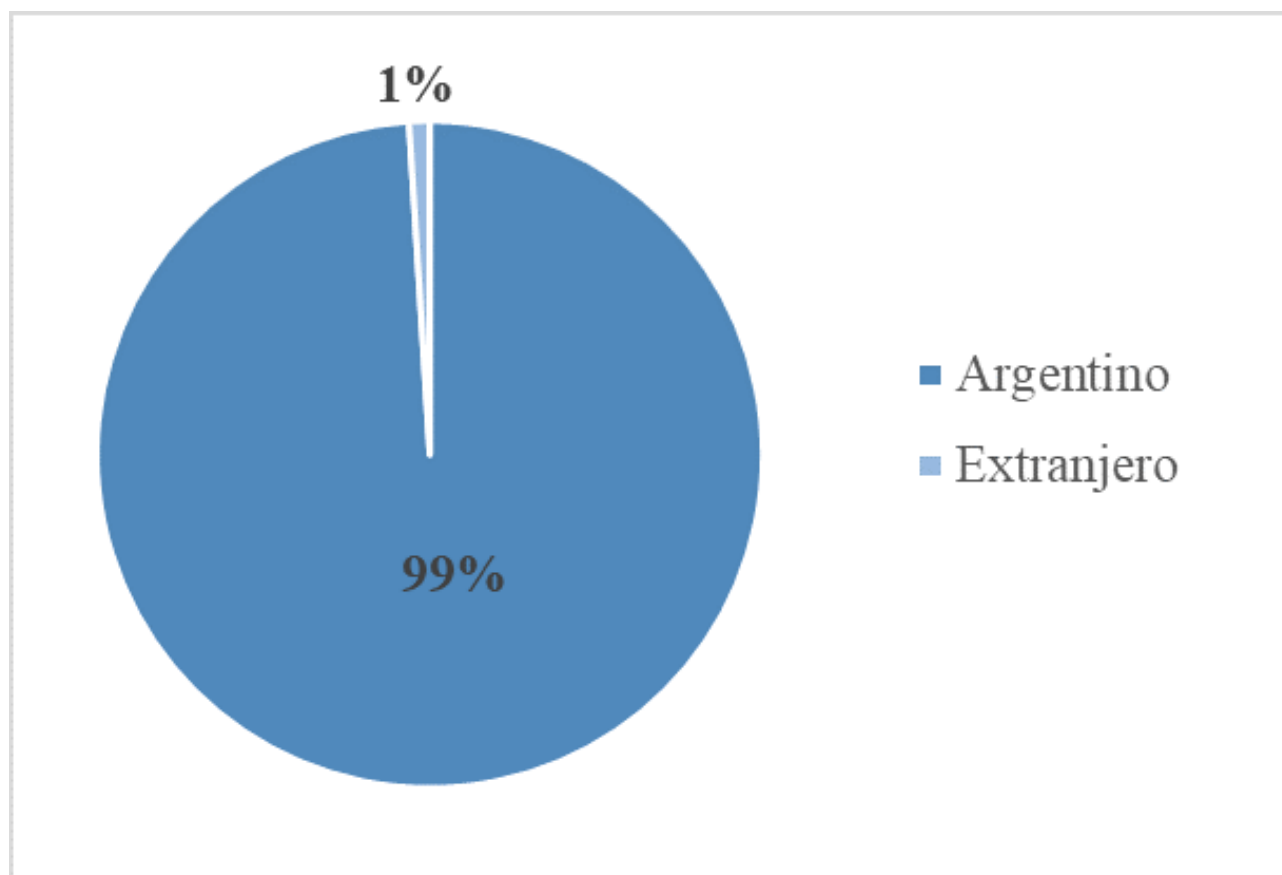


Figura B.3: P7 - Provincia de origen.

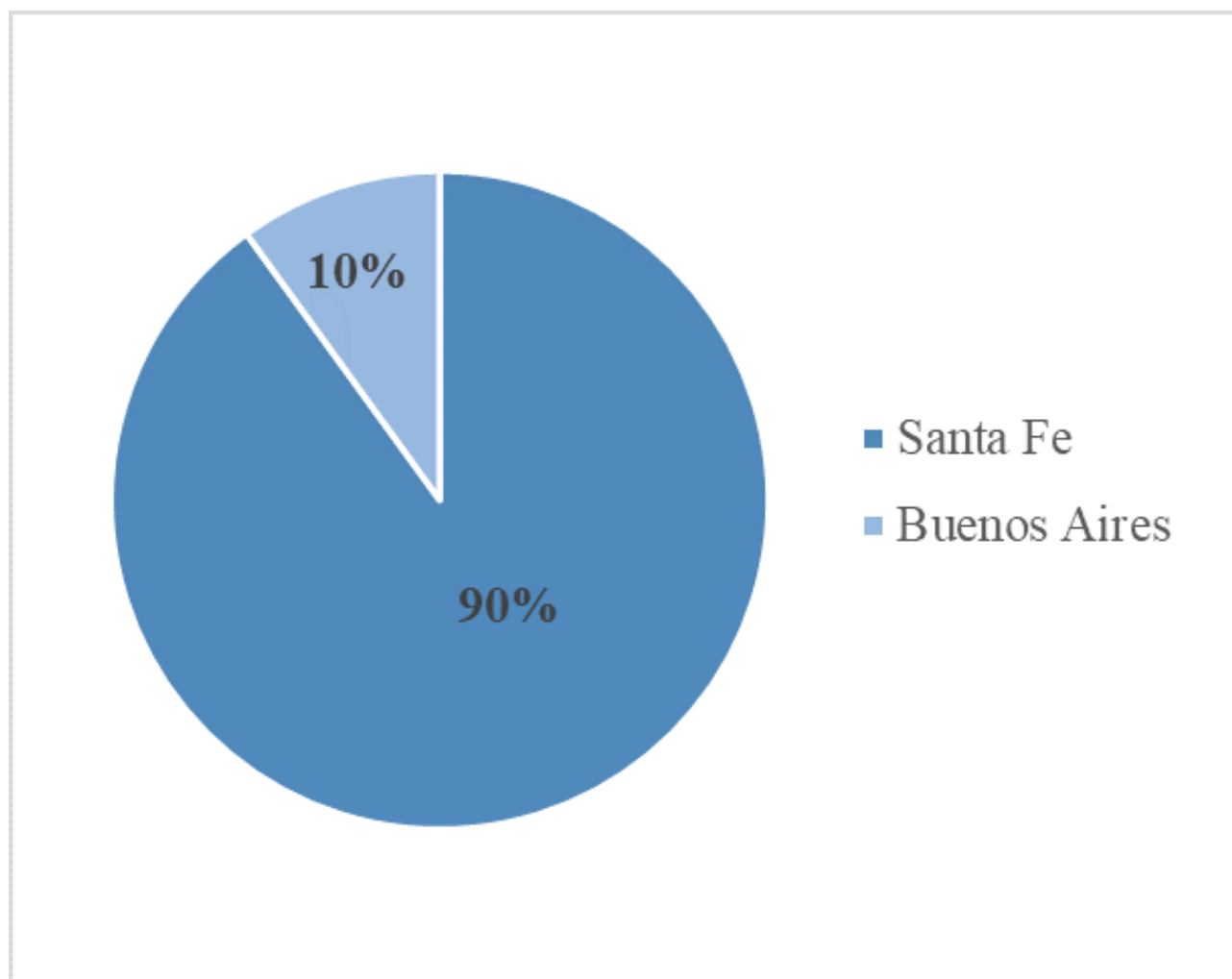


Figura B.4: P8 - Ámbito en la escuela secundaria.

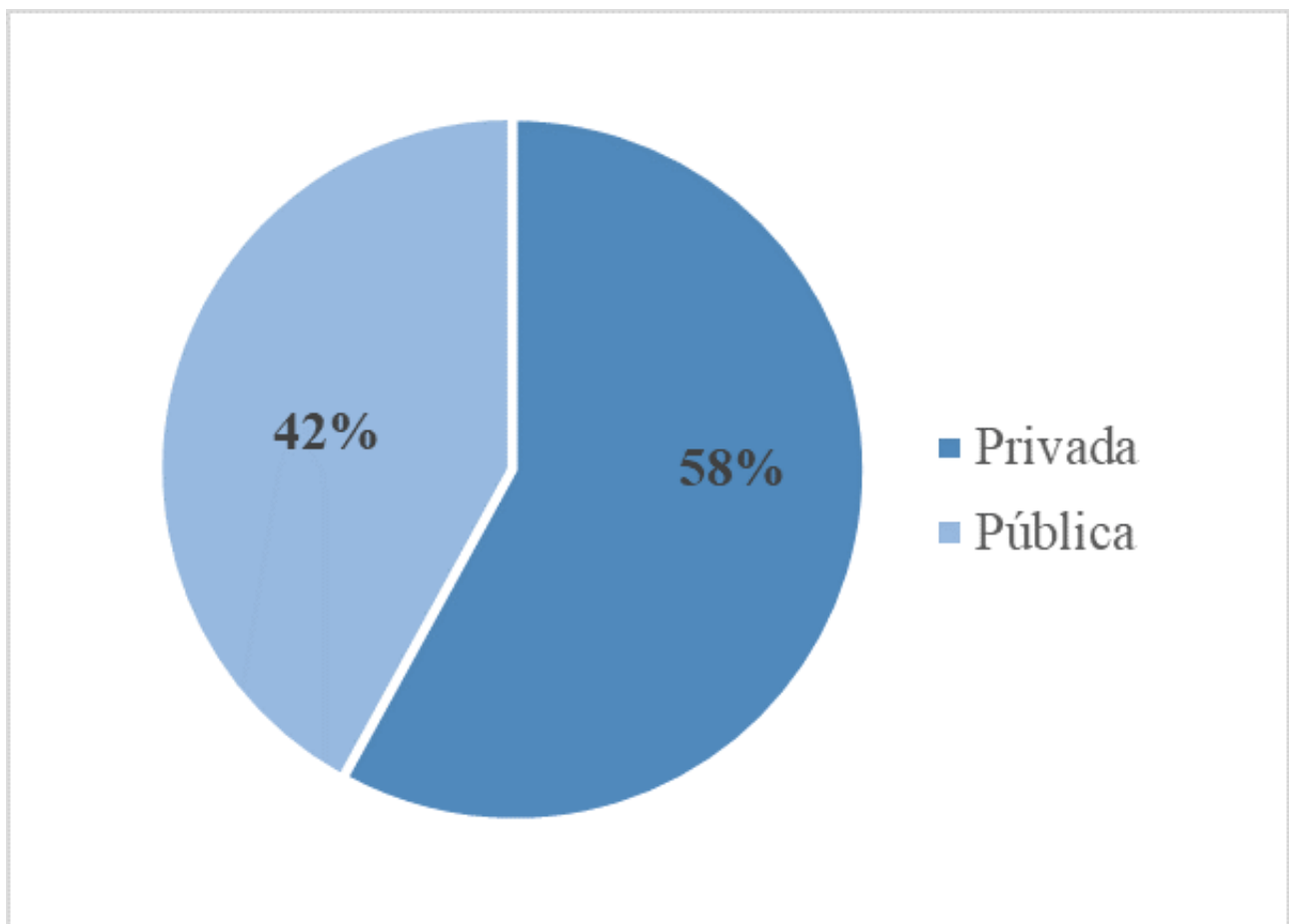


Figura B.5: P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera.

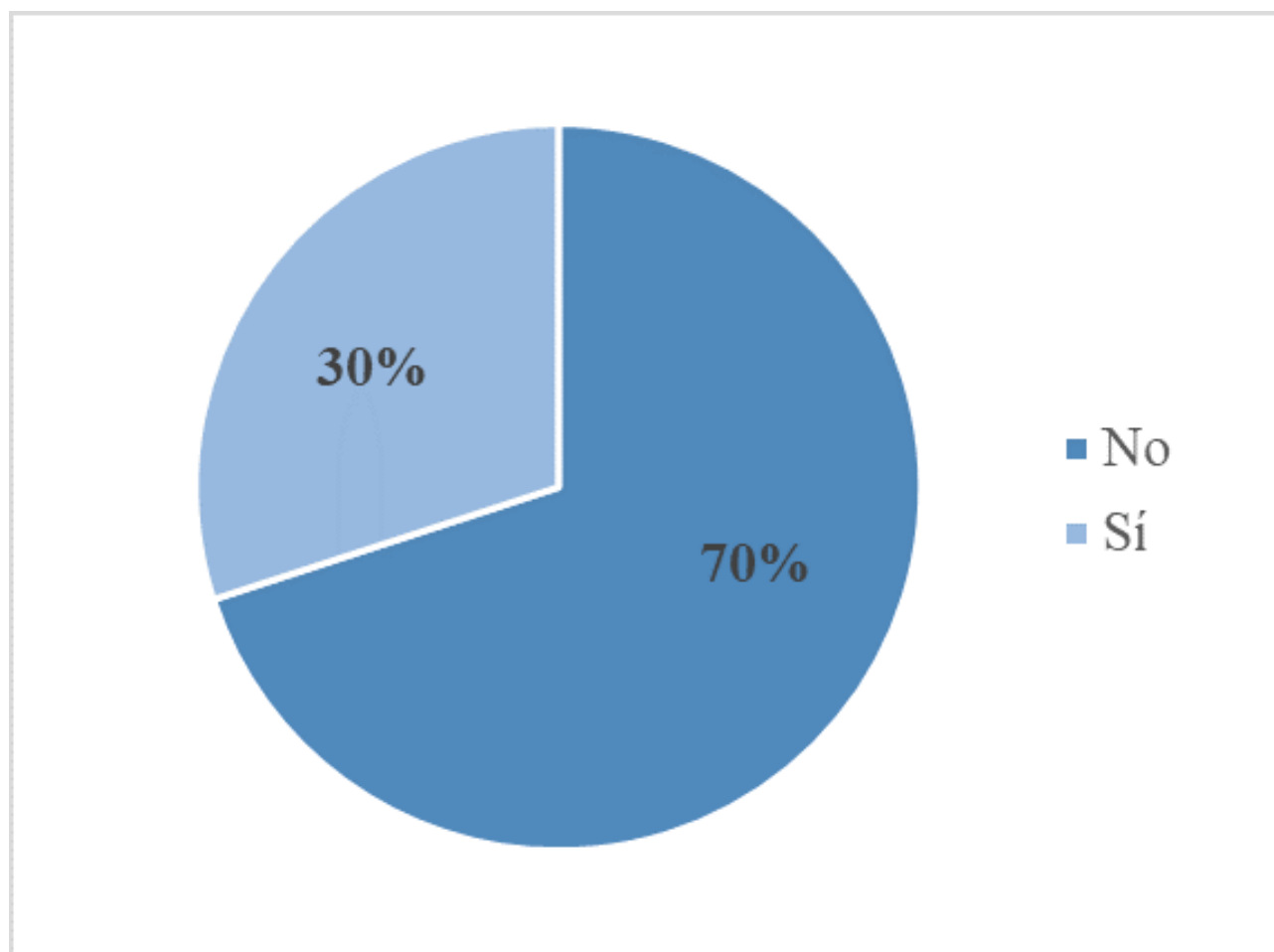


Figura B.6: P14 - ¿Trabaja actualmente?

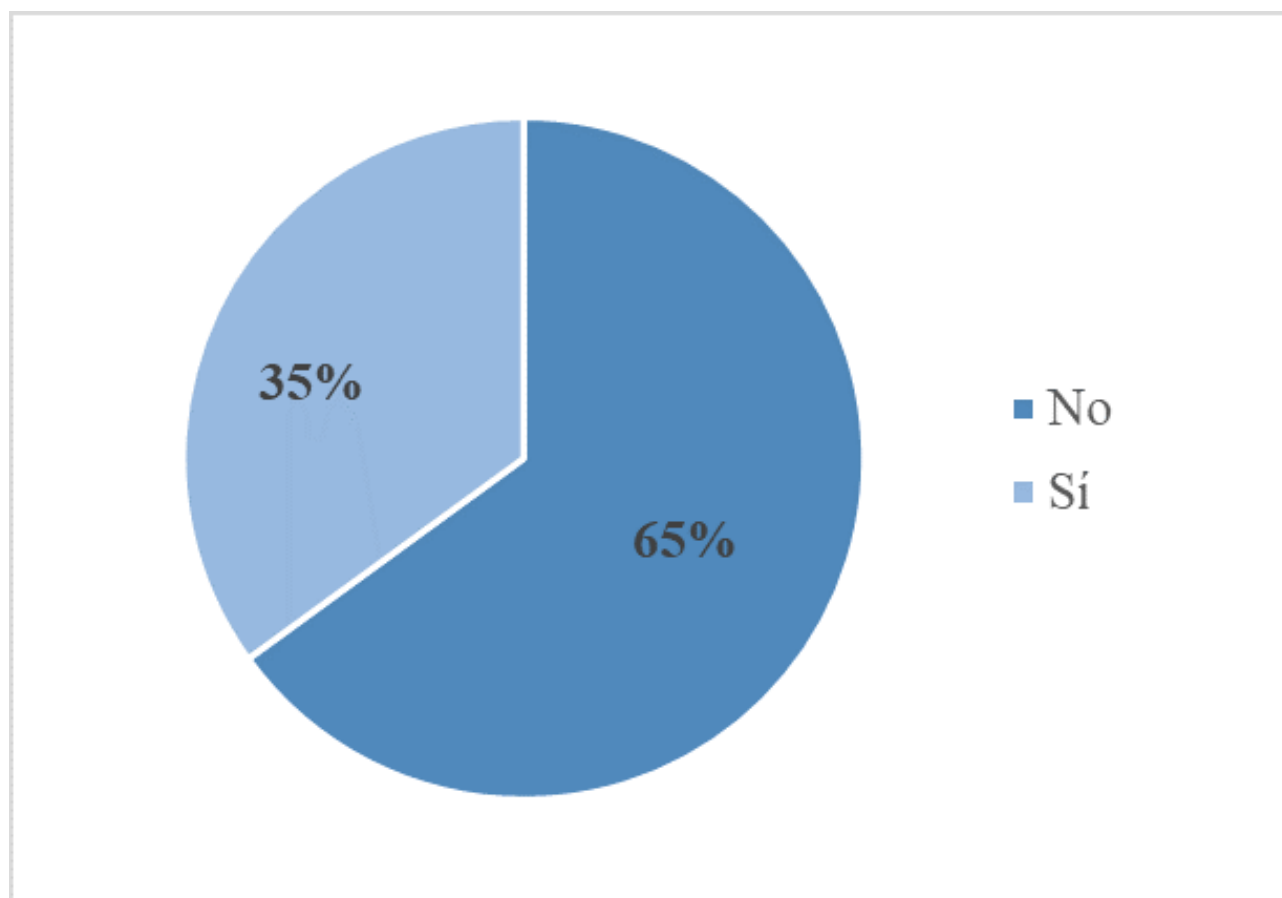
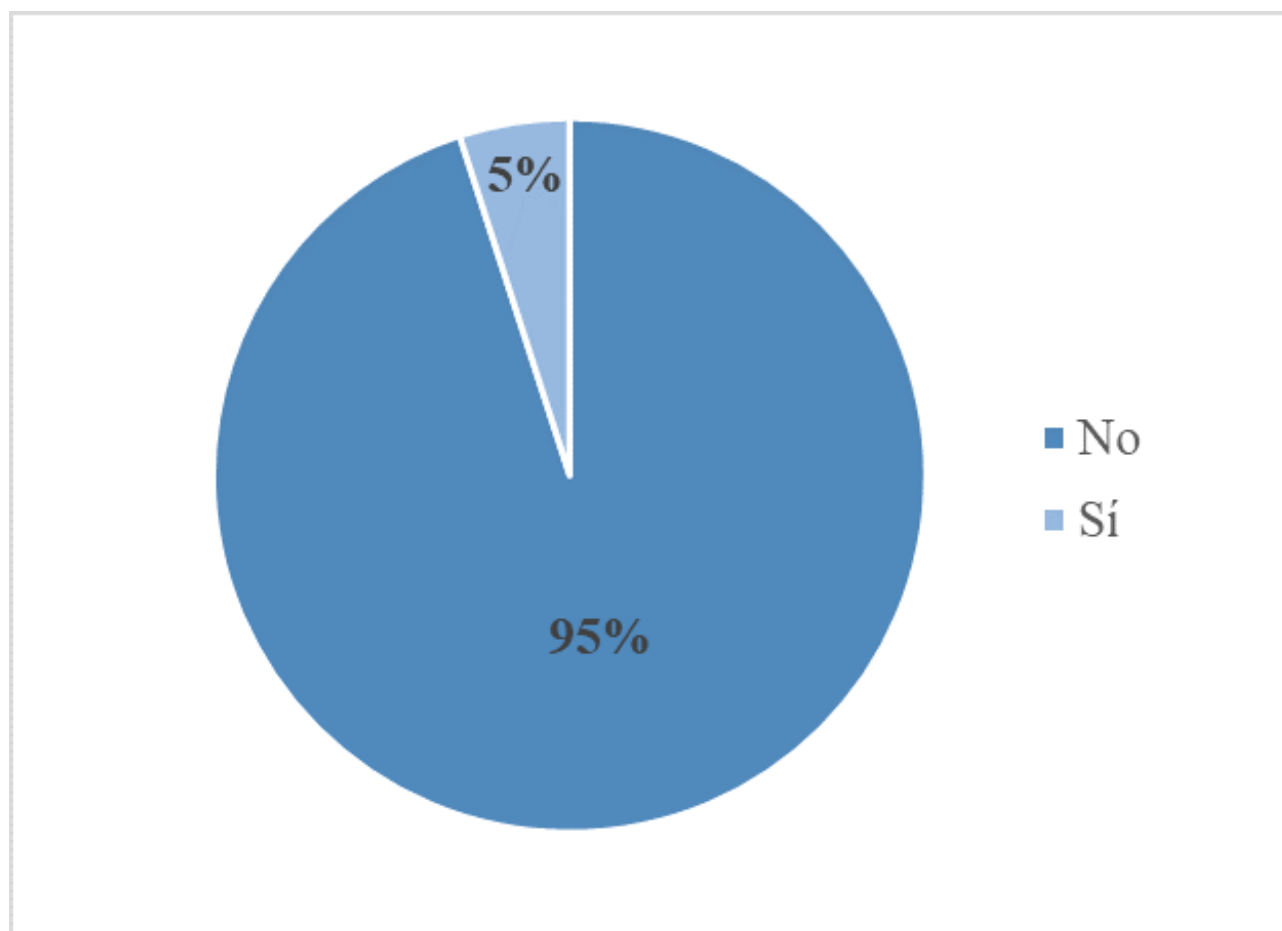


Figura B.7: P14A - Trabajo relacionado con el turismo.



3.3.2 Ambiciones profesionales.

Figura B.8: P20A - Ámbito con mayores posibilidades laborales.

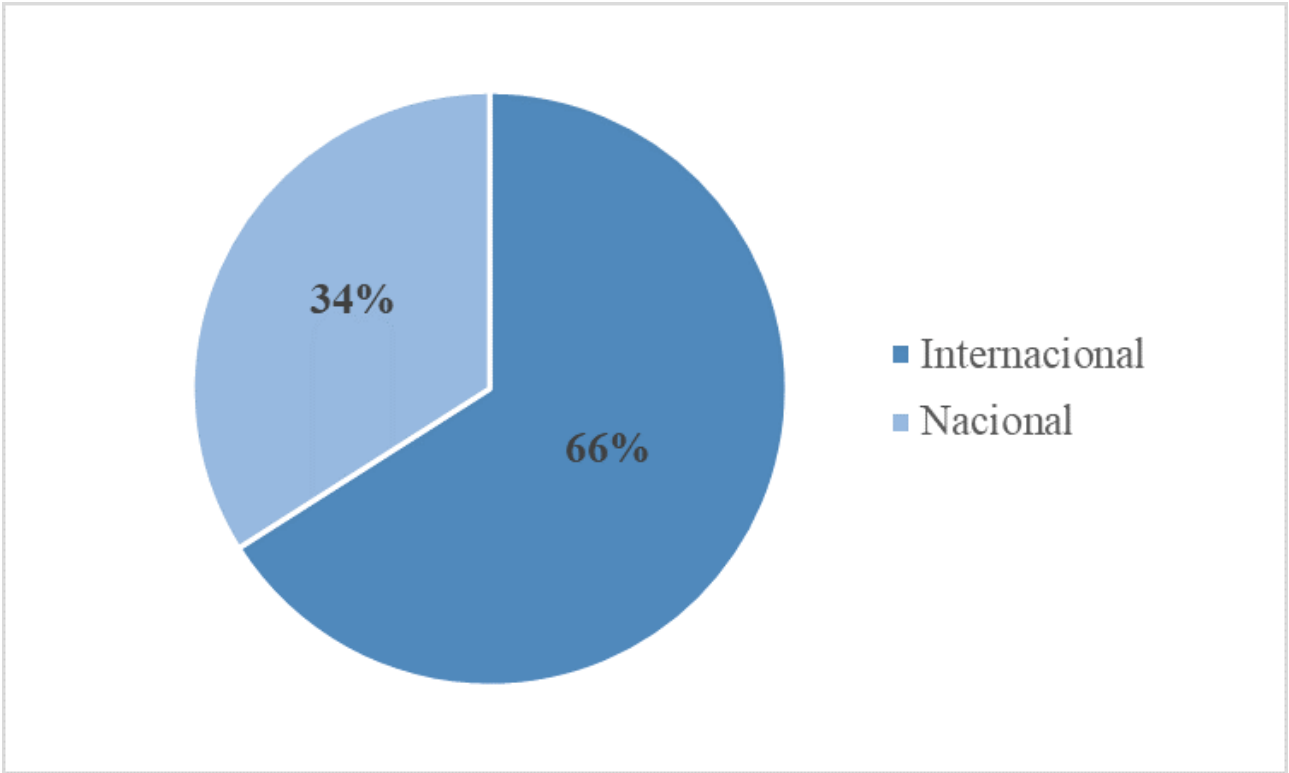


Figura B.9: P20B - Sector con mayor posibilidades laborales.

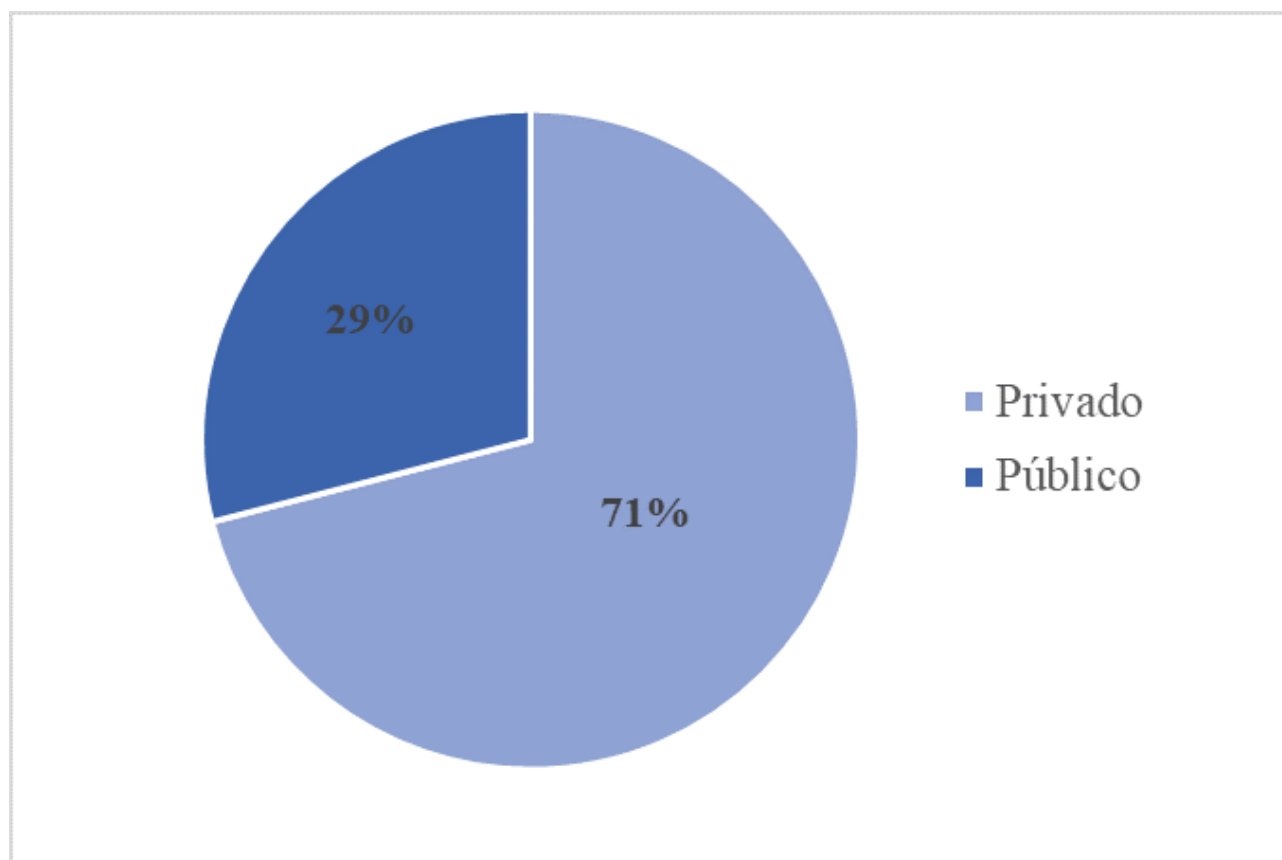
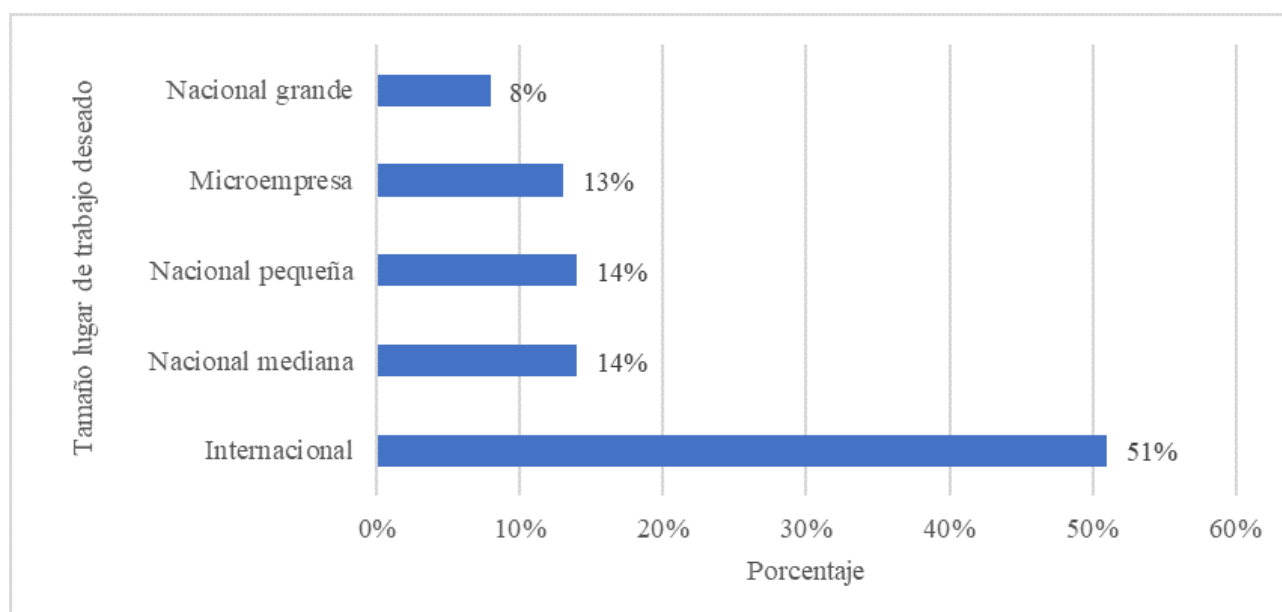


Figura B.10: P21 - Tamaño del lugar de trabajo deseado.



4.3.1.1 Caracterización del alumnado según la especialidad.

Figura B.11: P4 - Género autopercebido, según la especialidad.

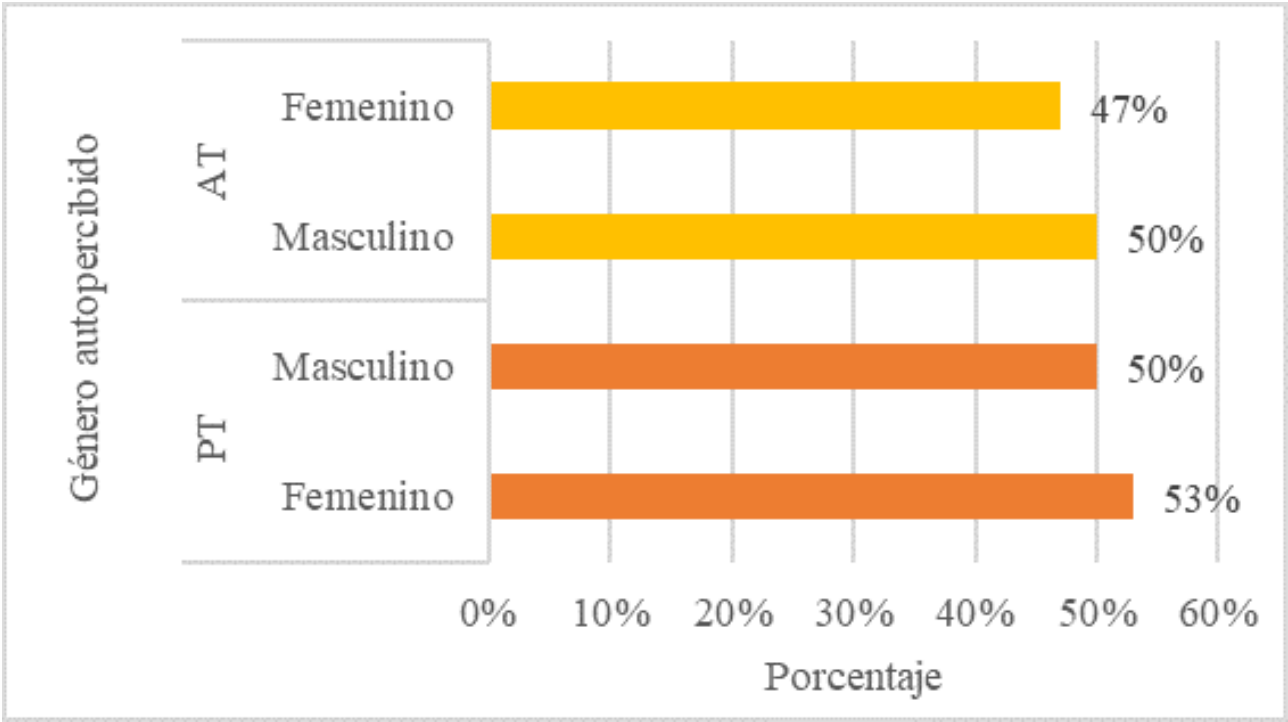


Figura B.12: P5 - Edad, según la especialidad.

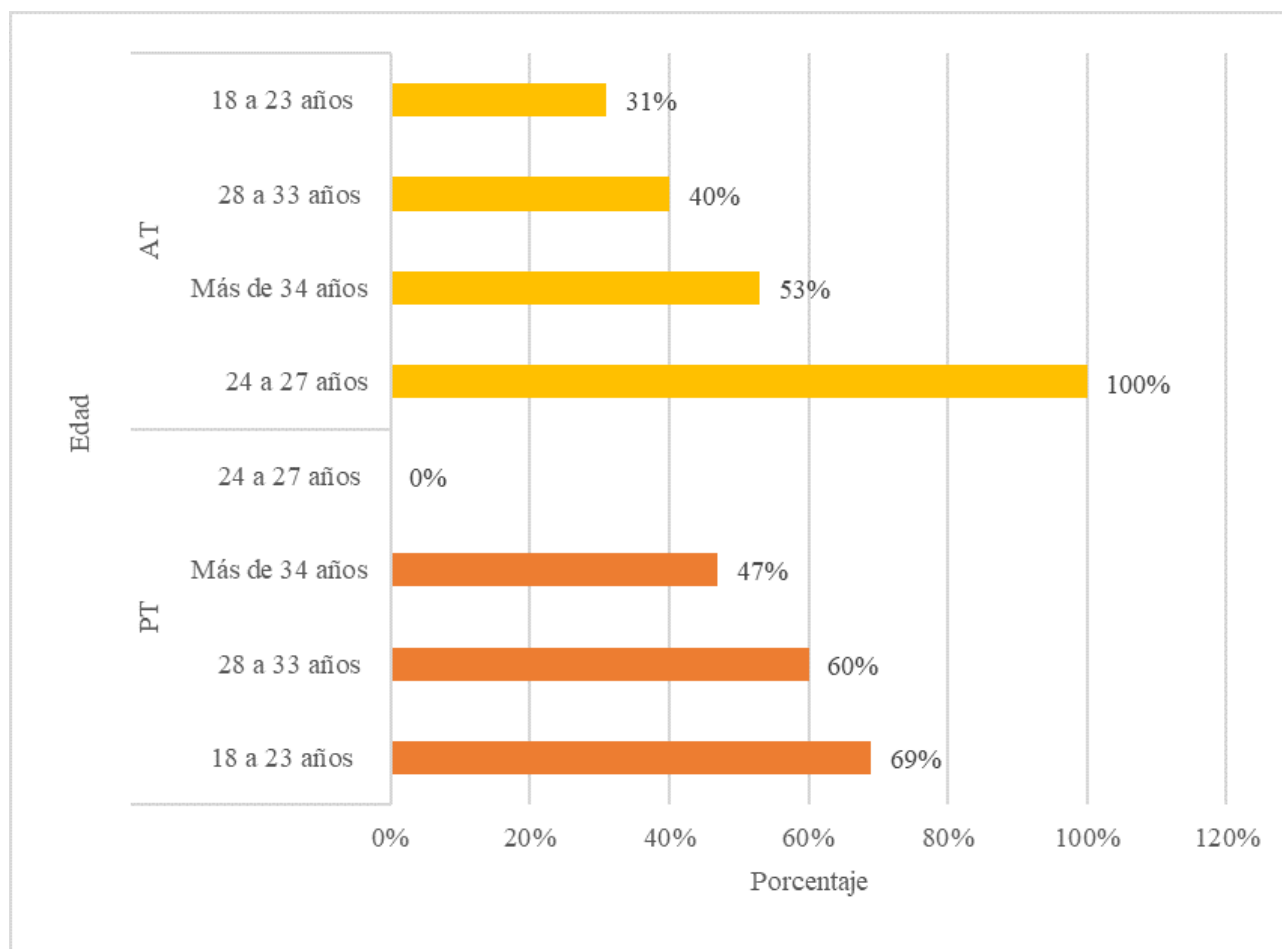


Figura B.13: P7 - Provincia de origen, según la especialidad.

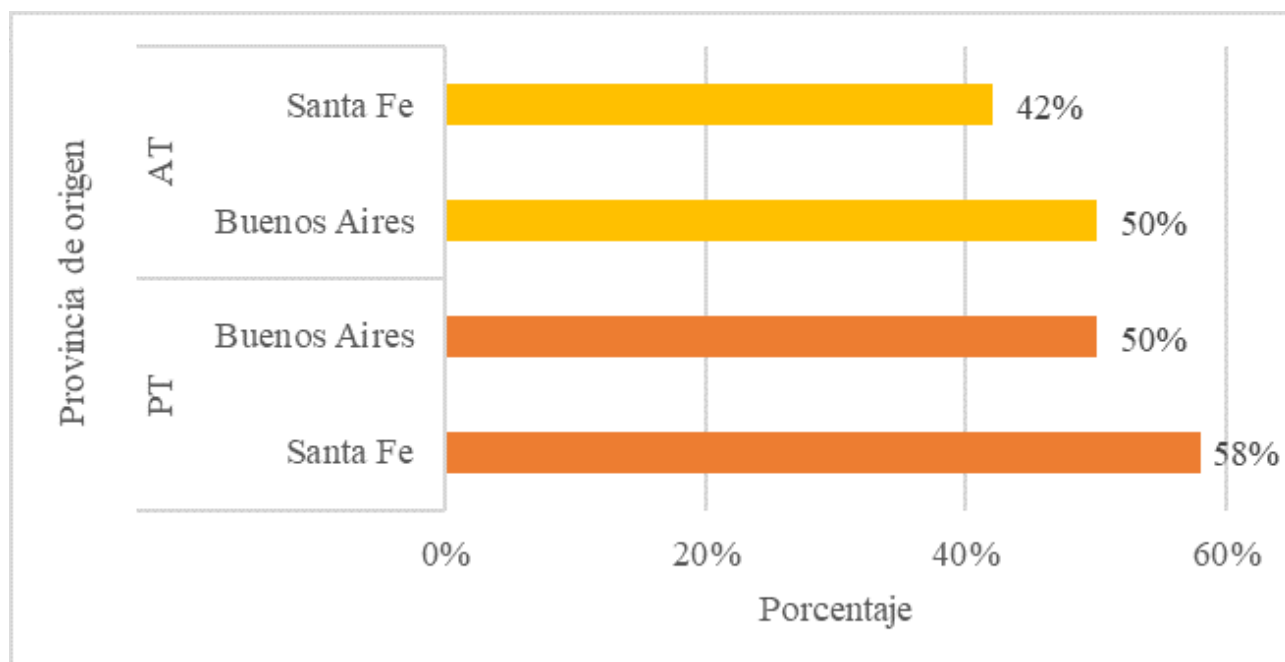


Figura B.14: P8 - Ámbito de la escuela secundaria, según la especialidad.

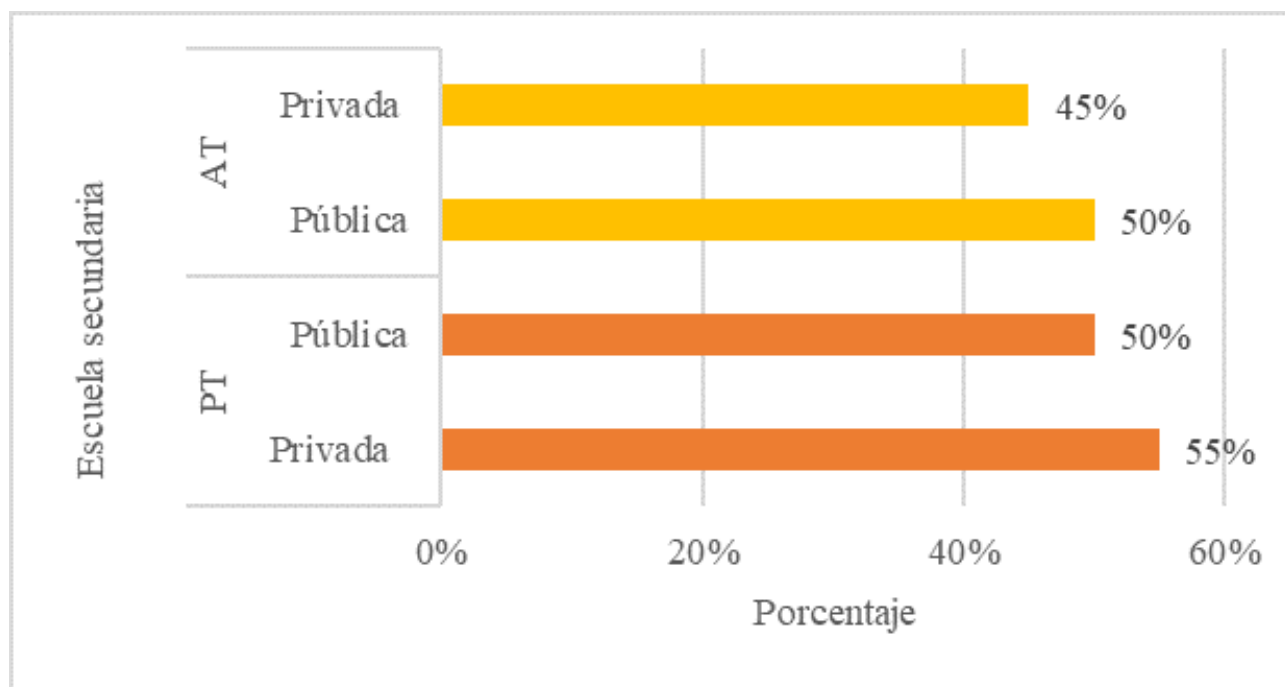


Figura B.15: P9 - Cantidad de habitantes de la ciudad en la que realizaron los estudios secundarios, según la especialidad.

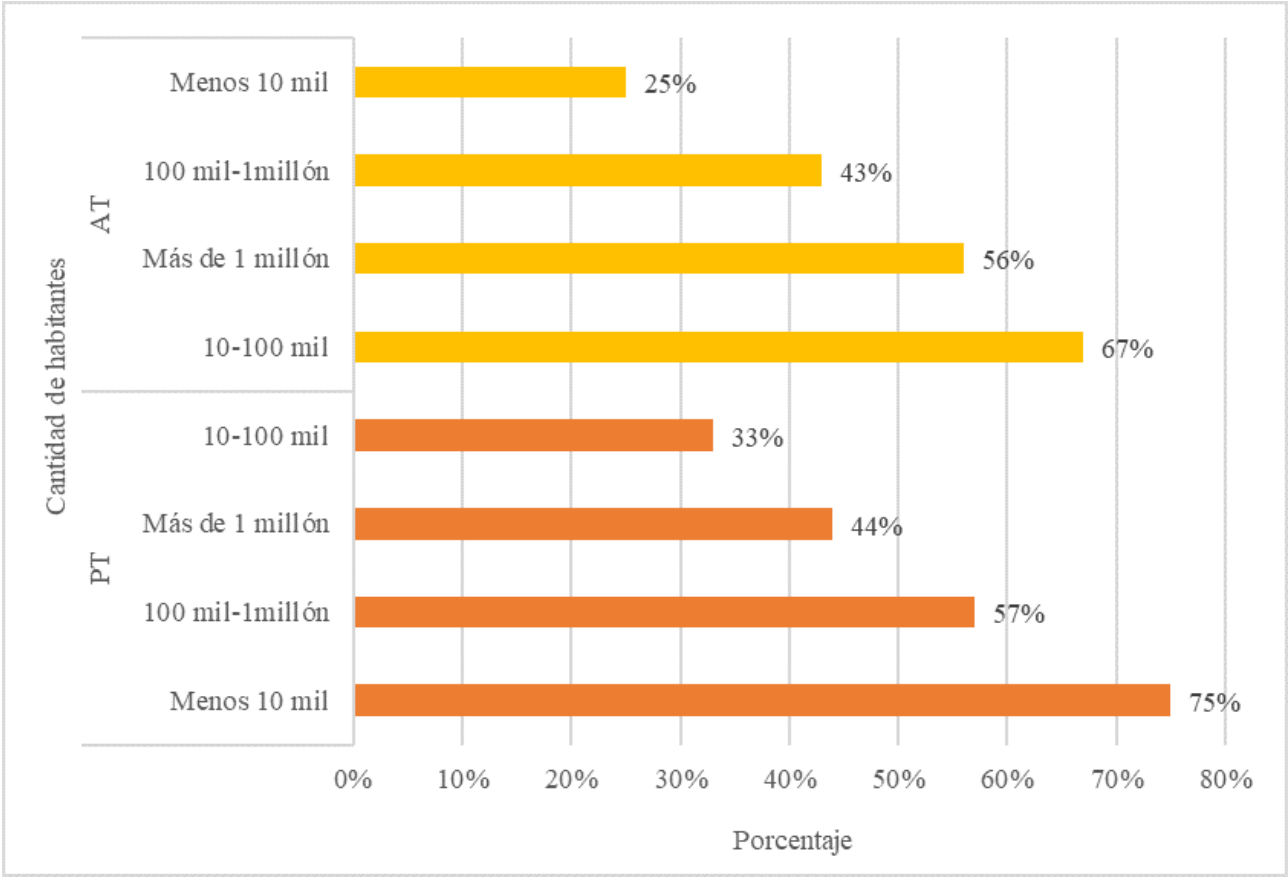
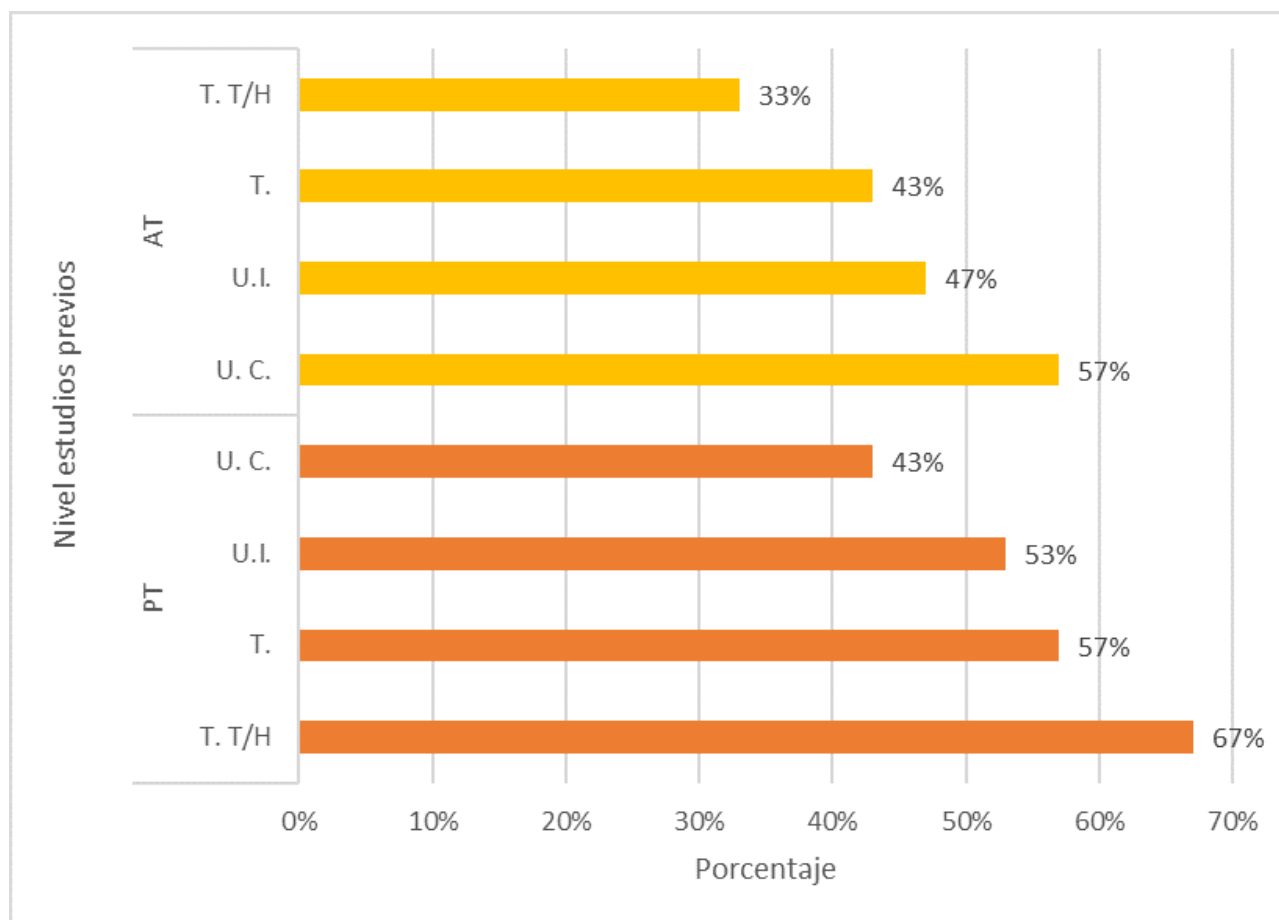


Figura B.16: P12 - Nivel de estudios previos, según la especialidad.



U.C.: Universitario completo/ U. I.: Universitario incompleto/ T: terciario/ T. T/H: terciario turismo/hotelería

Figura B.17: P13 - Certificado de estudio avanzado en lengua extranjera, según la especialidad.

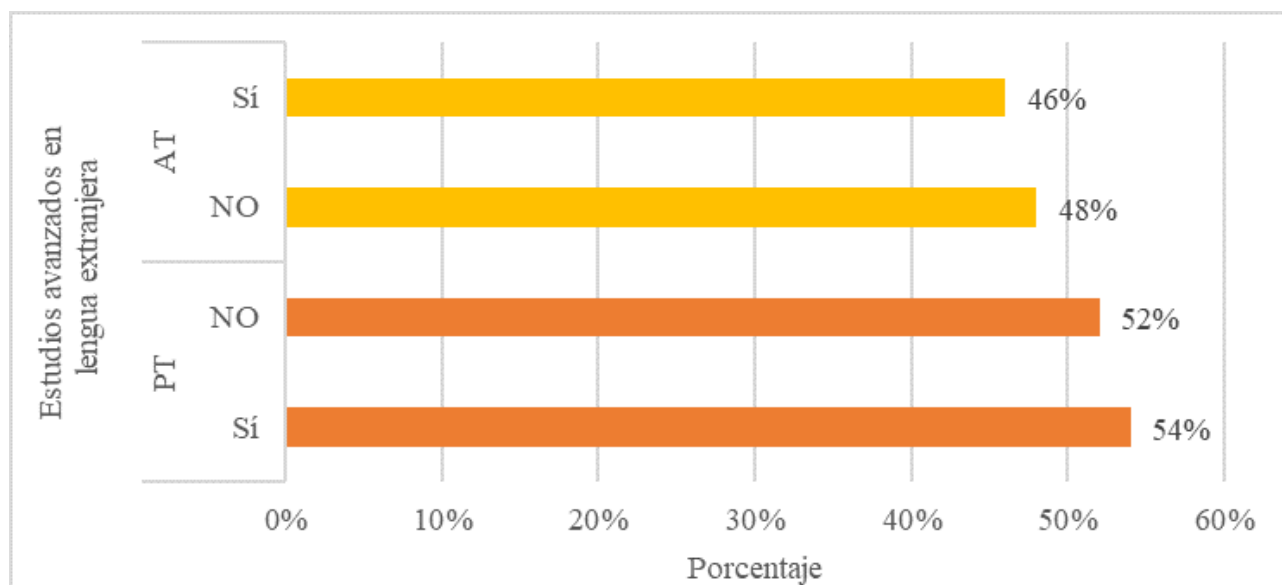


Figura B.18: P14 - Trabaja o no actualmente, según la especialidad.

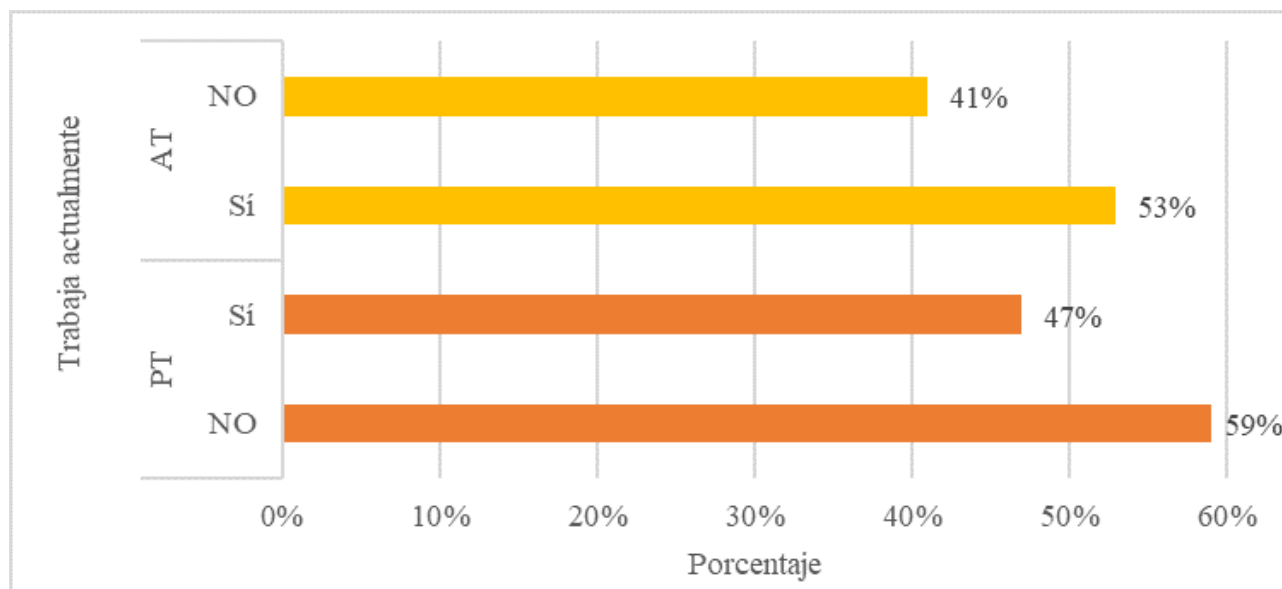


Figura B.19: P14A - Trabajo relacionado al turismo, según la especialidad.

