

Evaluación de las competencias en el plan de estudios de tres licenciaturas en turismo en Puebla, México: Percepciones de los estudiantes

Assessing Competencies in the Bachelor in Tourism Curriculum in Puebla Mexico: Student Perspective

Avaliação das competências no currículo de três graus em turismo em Puebla, México: Percepções de estudantes

María José Contreras López

Colegio de Postgraduados-Campus Puebla, México

majo.contrerasl@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3260-9246>

José Pedro Juárez Sánchez*

Colegio de Postgraduados-Campus Puebla, México

pjuarez@colpos.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8417-1752>

Benito Ramírez Valverde

Colegio de Postgraduados-Campus Puebla, México

bramirez@colpos.mx

<http://orcid.org/0000-0003-2482-5667>

*Autor de correspondencia

Resumen

Teniendo en cuenta que las universidades se vinculan con el sector turístico a través de la formación de capital humano, el objetivo de esta investigación fue evaluar la percepción de estudiantes de la licenciatura en turismo de tres universidades del estado mexicano de Puebla sobre las competencias en su formación académica profesional y su relación con el mercado laboral. El estudio fue de corte transversal, se aplicaron 111 encuestas a estudiantes de dos universidades públicas y una privada. En las universidades de estudio se fomenta el desarrollo fundamentalmente de las competencias del conocimiento del turismo, al igual que la atención al cliente y el trabajo en equipo. Por lo que es necesario fortalecer las competencias en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la realización de eventos, la calidad en turismo y el idioma inglés. Aun así, se concluye que las competencias que adquirieron los estudiantes fueron satisfactorias para sus expectativas laborales.

Palabras clave: capital humano, desigualdad, política educativa, política turística.

Abstract

Having in mind that the universities are linked to the tourism sector through training and developing human capital, the objective of this research was to know the perception students in the major of tourism have towards the competences acquired and their relationship with the labor market of three universities in the state of Puebla. The study was transversal and a survey was applied to 111 students from the two public universities and a private one. In the studied universities the competences developed were in the area of knowledge about tourism, attention to the clients, and teamwork. It was found, however, that it is necessary to strengthen competences in ITC, organization of events, quality in tourism and the use of English language. Even so it can be concluded that the competences acquired by the students interviewed for this study satisfied the requirements of the labor field they should reach.

Keywords: human capital, inequality, touristic policy.

Resumo

Levando em conta que as universidades estão vinculadas ao setor de turismo através da formação de capital humano, o objetivo desta pesquisa foi avaliar a percepção de estudantes do curso de turismo de três universidades do estado mexicano de Puebla sobre as competências em sua formação. formação acadêmica profissional e sua relação com o mercado de trabalho. O estudo foi transversal, 111 inquéritos foram aplicados a estudantes de duas universidades públicas e um privado. Nas universidades de estudo promove-se o desenvolvimento fundamentalmente das competências do conhecimento do turismo, como a atenção ao cliente e o trabalho em equipe. Portanto, é necessário fortalecer as competências em tecnologias da informação e comunicação (TIC), eventos, qualidade no turismo e na língua inglesa. Mesmo assim, conclui-se que as competências adquiridas pelos alunos foram satisfatórias para as expectativas de trabalho.

Palavras-chave: capital humano, desigualdade, política educacional, política de turismo.

Fecha Recepción: Enero 2018

Fecha Aceptación: Julio 2018

Introducción

En las últimas décadas a escala mundial se están viviendo fuertes problemas sociales, económicos y ambientales, entre otros no menos importantes. En el aspecto económico destaca el desempleo alrededor del mundo. En 2015, por ejemplo, se alcanzó la cifra de 197.1 millones de personas en esta situación, lo que significó 27 millones más que en los años anteriores a la crisis, y se concentró principalmente en los países emergentes. Pero las personas no solo se enfrentan problemas de desempleo, sino también de precariedad y baja calidad laboral, pues la mayoría de los contratos de quienes cuentan con trabajo carecen de garantía en sus condiciones. En ese sentido, según datos de la Organización Internacional del Trabajo [OIT] (2016), más de 46 % (1500 millones) de los empleos son de mala calidad.

En lo que respecta al sector turístico, este genera 1 de cada 11 empleos en el mundo (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2017). Y al igual que en los otros sectores de la economía, los puestos laborales que produce son dirigidos a personas que carecen de conocimientos especializados en turismo, en su mayoría, y son contratados por tiempo determinado y con salarios

bajos. Es decir: las más de las veces son empleos precarios. No está de más añadir que esto, en parte, se explica por el fomento de la flexibilidad o libre mercado laboral.

Como es bien sabido, México no escapa del fenómeno del desempleo y precariedad laboral. Del año 2000 al 2010 los más perjudicados han sido los profesionistas, cuyo nivel de desocupación aumentó 4.2 %. Los trabajadores con estudios medio superior, por su parte, registraron un incremento de desempleo de 3.8 %; los que tienen educación básica un aumento de desocupación de 3.5 %, y las personas sin escolaridad un aumento de 2.2 % (Márquez, 2011). A pesar de estos resultados, es mejor estudiar qué no hacerlo, ya que los profesionistas obtienen mayores ingresos. Respaldao lo anterior, el Instituto Mexicano para la Competitividad, A. C. [IMCO] (2014) menciona que los salarios mensuales promedio en el país ascendían a 4870 pesos; mientras que el de los profesionistas a 9981 pesos.

Volviendo a la generación de empleos en el sector turístico, en el cuarto trimestre de 2016 la población ocupada rebasó los 3.9 millones de empleos y representó 8.4 % del empleo total (Secretaría de Turismo [Sectur], 2017). Se puede decir que estos empleos son flexibles y de escaso nivel de capacitación, ya que del total de empleos generados solo 9 % de quienes los ocupaban tenía estudios de nivel superior (Méndez, Rodríguez, Osorio y Salgado, 2013).

A pesar de que el sector turístico contrata a un número pequeño de personas de nivel superior, sigue aumentando la oferta —licenciaturas en turismo— de mano de obra calificada. En parte su crecimiento se explica porque los gobiernos consideran que el turismo contribuye al crecimiento de las economías locales y nacionales e impulsan proyectos de inversión turística que promueven la rápida expansión de la industria de los servicios (Dale y Robinson, 2001). Pero, de acuerdo con la opinión de los empleadores, la mano de obra calificada no cuenta con las competencias que requiere este sector. En estudios realizados por el Centro de Investigación para el Desarrollo A. C. [Cidac] (2014) y Camarena y Velarde (2010) se menciona que una de las causas por las que no encuentran empleo los trabajadores —especialmente los jóvenes—, de acuerdo con la opinión de los empleadores, responde a que los candidatos para dichos puestos no cumplen o satisfacen los estándares de productividad, competitividad y eficiencia que estos demandan en la llamada *sociedad del conocimiento*.

El objetivo de esta investigación, fue evaluar la percepción de algunos estudiantes de la licenciatura en turismo de tres universidades del estado de Puebla sobre su formación académica profesional y su relación con el mercado laboral. Como hipótesis, se plantea que los estudiantes de las universidades con mayor antigüedad tienen una mejor percepción de su formación académica y que los conocimientos en turismo y un segundo idioma tienen una mayor relación con el mercado de trabajo.

Importancia de las competencias laborales en el sector turístico

En un mundo global se exige a los países ser cada vez más competitivos; aquí el sector educativo, y especialmente la educación superior dirigida a formar personal calificado, se constituye en un medio para elevar la productividad y el desarrollo de un espacio (Peñaloza, Medina, Herrera y Vargas, 2011). El sector turístico no es la excepción. Espasandín, Díaz y Quirós (2010) mencionan que la educación superior en turismo está experimentando un proceso de adaptación y cambio debido a las nuevas exigencias del mercado de trabajo, a la creciente competencia global y a los continuos avances tecnológicos. Hoy se considera que el capital humano es un factor fundamental para el desarrollo de este sector al estar vinculado a la percepción de la calidad del producto turístico (Lillo, 2009) y por contribuir a generar valor añadido a los productos y servicios que presta al cliente (García, Fernández y Moreno, 2013).

En la educación convencional se espera que mediante la adquisición de conocimiento y técnicas los licenciados en turismo estén lo suficientemente capacitados para ingresar al mercado de trabajo, y con ello establecer el vínculo entre el sistema educativo y empresarial. Pero la realidad muestra que la conexión entre la universidad y el sector laboral es débil; es decir, que la relación entre oferta y demanda de recursos humanos no es la esperada, situación que margina a los egresados de ocupar puestos directivos. En palabras de Herrero (2013), para superar este dilema deben asociarse y colaborar más ambos sistemas. Lo que implica que deben vincularse los empresarios en el diseño del perfil profesional y la currícula para asegurar dicha correspondencia entre el sistema educacional y productivo. Esto permitirá que los egresados encuentren trabajo y que los empresarios se beneficien al contratar el capital humano que requieren para ser competitivos (Damm y Szmulewicz, 2007).

Asimismo, aunado al involucramiento empresarial en el diseño curricular, se tiene que dejar el sistema de enseñanza convencional y pasar a una propuesta innovadora, en donde el estudiante se convierta en sujeto de aprendizaje; que garantice su autoaprendizaje y este contribuya a la obtención de capacidades necesarias para emprender, innovar, cambiar los intereses del conocimiento, intereses de saber más y más, así como para promover soluciones y destacar en la vida (García, 2010). El cambio en el sistema de enseñanza convencional se justifica en el hecho de que el entorno laboral está exigiendo a los egresados un conjunto de capacidades, habilidades y actitudes complementarias a su formación técnica. En ese sentido, Caravaca (1998) menciona que en el nuevo modelo de producción capitalista —posfordista—, y especialmente en las ciudades globales, aumentó el nivel de cualificación del personal requerido por parte de las empresas transnacionales. Los espacios turísticos en su búsqueda por la competitividad no son la excepción y en la actualidad buscan personal altamente calificado. Ante esta situación, las competencias profesionales toman relevancia al facilitar la adquisición de conocimientos prácticos y contribuyen a la autonomía para afrontar un trabajo (Clemente y Escribá, 2013). En suma, es necesario que a través de los programas de estudio se capacite a los egresados de habilidades para el desempeño de actividades de carácter profesional (García y Pérez, 2009), contribuyendo a incrementar las posibilidades para ingresar al campo laboral (Freire, Tejeiro y Pais, 2013).

Cárdenas y Pulido (2014) mencionan que las competencias engloban no solo a las capacidades requeridas para desempeñarse en una actividad profesional, sino también a una serie de comportamientos necesarios para desarrollar dicha profesión. De acuerdo con la OIT, las competencias de los egresados en turismo son las capacidades para llevar a cabo con éxito una actividad laboral, un punto fundamental que los diferencia de otras licenciaturas. Entonces, el valor que adquieren los egresados en turismo es la consolidación de las competencias específicas que necesitan y demandan los prestadores de servicios turísticos (García *et al.*, 2013). Esta es la razón por la que se fomentan las competencias profesionales.

Sin duda las competencias no son similares en las distintas profesiones, ya que estas se agrupan en conocimientos técnicos y habilidades concretas (Cano, 2005). También es el caso de las licenciaturas que tienen como valor fundamental la gestión, administración, dirección y planeación. Estas poseen como eje central el conocimiento y dominio de las competencias profesionales de la administración, solo que en el caso de los administradores turísticos tienen

como añadido el conocimiento del funcionamiento de la administración de empresas turísticas. Con ello se quiere señalar que los estudiantes adquieren competencias específicas que son consideradas trascendentales para que puedan colocarse en un puesto de trabajo y contribuyan al logro de los objetivos de las empresas hoteleras y restauranteras.

Siguiendo una vez más a García *et al.* (2013), las competencias que deben desarrollar los estudiantes en turismo tienen que estar relacionadas con el perfil de las empresas turísticas, tal y como la competencia en dirección y gestión; competencias en planeación, economía y finanzas; la capacidad de tomar decisiones estratégicas; aquellos saberes relacionados con la gestión de los recursos humanos y la comunicación; conocimientos de los procesos y procedimientos de las distintas áreas operativas que integran un hotel; el dominio de idiomas, sobre todo del inglés, y el de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como una marcada orientación al cliente. Entre todas ellas, sin embargo, las competencias más demandadas por los empleadores son los idiomas (García y Pérez, 2008).

Por lo que respecta a las competencias genéricas, destaca la capacidad para gestionar la información, el trabajar en un equipo interdisciplinario, el trabajar en un contexto internacional, adaptarse a las nuevas situaciones y el conocimiento de otras culturas y costumbres (Espasandín *et al.*, 2010). Con este perfil, el profesional tendría una visión global y unificada de la problemática que envuelve al fenómeno turístico, y desempeñaría el rol de un investigador capacitado para analizar, interpretar y valorar la compleja problemática y sus interacciones (Andrés y García, 1995). Significa que solo así los licenciados en turismo podrán lograr resultados rápidos y oportunos para ser reconocidos y requeridos por los prestadores de servicios.

De esta forma, el diseño curricular atiende las necesidades demandadas por el sector productivo —turismo— para contribuir a disminuir los desequilibrios entre la oferta y demanda de los recursos humanos calificados y convertir sus conocimientos en competencias laborales. Bajo este enfoque, además, cada individuo puede tener una mejor calidad de vida y las empresas incrementen sus niveles de competitividad y productividad (Cinterfor, 1997).

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que la instrucción universitaria se dirige principalmente hacia el futuro desempeño de la profesión y que la formación a través de la educación superior es un proceso lento. La relevancia de este tipo de estudios es coadyuvar a disminuir una de las quejas más frecuentes entre los jóvenes profesionales respecto a que disponen

de conocimientos amplios, pero no saben usarlos en situaciones prácticas (Cordua, 2000). También contribuye a combatir la incredulidad en la propia licenciatura en turismo, ya que se sabe que sus programas educativos superiores tienen poco prestigio y sus egresados poseen escasa credibilidad en el mercado laboral de México (Gómez, 2010).

Materiales y métodos

El trabajo de investigación tomó como unidad de análisis a los estudiantes de turismo de la Universidad Madero (UMAD), de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) y de la Universidad Intercultural del Estado de Puebla (UIEP). La primera pertenece al sector educativo privado, tiene una matrícula de 1242 alumnos y los costos por estudiar la licenciatura en cuestión ascienden a cerca de 18 673 dólares. La BUAP, por su parte, es una escuela pública y, en 2013, contaba con una matrícula de 56 530 estudiantes. Finalmente, la UIEP es una universidad pequeña que cuenta con alrededor de 214 estudiantes y pertenece también al sistema de recintos educativos públicos de México. En todas ellas se imparte la licenciatura en turismo. Las dos primeras universidades tienen una larga trayectoria en la formación de recursos humanos y se localizan en la Zona Metropolitana de Puebla, en donde predomina el turismo cultural y de ciudad. En cambio, la UIEP es una universidad de reciente creación que busca atender la demanda universitaria de la Sierra Nororiente del estado de Puebla. Se ubica en el municipio de Huehuetla, la mayoría de sus habitantes son indígenas hablantes de la lengua totonaca y presentan serios problemas sociales, entre ellos la pobreza; en esta región, la UIEP impulsa el turismo rural.

Con respecto al plan de estudios de la licenciatura en turismo en estas universidades, se puede decir que comparten las mismas materias en un poco más de 50 %. En el área de turismo los cursos comprenden los procesos administrativos propios de las empresas turísticas, así como el dominio de la geografía, teoría y tipología del turismo: estos son muy similares en la UMAD y la BUAP. La UIEP, mientras tanto, abunda un poco más en el turismo dirigido a los espacios rurales. Por otro lado, existen importantes diferencias en el área de prestación de servicios turísticos — cocina, restaurantes, agencias de viajes, transportación, organización de eventos. Al respecto, destaca que la UIEP casi no atiende esta área. En cuanto al aprendizaje de idiomas, en los tres planes de estudio se contempla el inglés, aunque la UMAD también proporciona cursos de francés y alemán. Por último, es importante mencionar que la BUAP se inclina un poco más por las clases

de derecho e investigación y la UIEP por materias para comprender el medio físico con miras a integrar a sus estudiantes a la comunidad.

La diferencia en algunas áreas de los planes de estudio es propia a la formación que buscan en estas universidades: la UMAD (2015) asegura formar profesionales con un perfil gerencial y de liderazgo para desempeñarse en empresas, consorcios y organizaciones vinculadas a la actividad turística; la BUAP (2015) establece en su modelo educativo que forma personal con conocimientos, habilidades, actitudes y valores, y que al finalizar la licenciatura podrán incorporarse a la industria hotelera, restaurantera, agencias de viajes y bares, así como en todas las actividades que conforman al sector turístico; la UIEP forma licenciados con una sólida vinculación comunitaria fortaleciendo la lengua y la cultura originaria con el objetivo formar profesionales capaces de construir alternativas de desarrollo turístico, ya sea a través de la creación de empresas o la gestión de proyectos turísticos, al igual que emplearse en el sector turístico local.

En la investigación se seleccionó bibliografía especializada sobre las competencias con énfasis en turismo. Es un estudio de corte transversal en el que se utilizó el método deductivo, el cual establece un vínculo entre teoría y observación y permite deducir, a partir de la teoría, los fenómenos bajo observación (Dávila, 2006). La investigación se apoyó, asimismo, en el concepto de cultura organizacional de Cameron y Quinn (1999), basado en el modelo de diseño de la encuesta denominado *Modelo de Valores en Competencia (CVF)*, y vinculado a 24 indicadores y 8 roles que enfatizan el espectro del administrador. En este estudio, los indicadores fueron entre 1 (muy mal) y 5 (muy bien) para cada pregunta que indica el nivel de acuerdo. Las competencias que se tomaron en cuenta y que deben desarrollar los estudiantes en turismo fueron tanto profesionales (Área de Turismo, Prestación de Servicios Turísticos, Elaboración de Proyectos Turísticos, Atención al Cliente (calidad), Realización de Eventos e Idiomas) como transversales (Trabajar en Equipo y las TIC). Para la recopilación de la información se utilizó la técnica del cuestionario y este fue validado mediante una prueba piloto realizada en la BUAP. Para interpretar la información recopilada se dividió en tres grupos conformados por los estudiantes de las universidades. El análisis de la información se llevó a cabo mediante la estadística paramétrica y no paramétrica. Es importante destacar, finalmente, que en el análisis de las competencias se manejaron variables cualitativas de tipo ordinal para conocer la opinión de los estudiantes.

Para calcular el tamaño de la muestra en la UMAD y UIEP se realizó un censo. En la primera, de acuerdo con el Anuario de Educación Superior – Licenciatura 2013- 2014 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [Anuies] (2014), hablando solo de la licenciatura en estudio, se tiene registro de 41 alumnos, y se entrevistó a 32 estudiantes que asistieron a la universidad —no se pudo entrevistar a las personas que ya egresaron o que no estuvieron presentes en el momento de la entrevista. En la UIEP, como se decía, también se realizó un censo, es decir, se entrevistó a la totalidad de alumnos de la carrera de turismo (15). Finalmente, en la BUAP se tomó como marco de muestreo el número de estudiantes inscritos en la Licenciatura en Administración Turística de esta universidad (1300) y se calculó la muestra a entrevistar mediante muestreo cualitativo. La ecuación para estimar el tamaño de muestra sigue a la presentada en Gómez (1979) y se especifica de la siguiente forma:

$$n = \frac{NZ^2_{\alpha/2} p_n q_n}{Nd^2 + Z^2_{\alpha/2} p_n q_n}$$

Donde:

- N = Tamaño de población.
- $z_{\alpha/2}$ = Confiabilidad.
- d = Precisión.
- p_n = Proporción con la característica de interés.
- q_n = Proporción sin la característica de interés.

La población estuvo compuesta por 1300 estudiantes y hubo una confiabilidad de 90 % ($Z_{\alpha/2} = 1.64$). Considerando la varianza máxima, se utilizó para definir el tamaño de la muestra la variable “Al egresar de la licenciatura, considera que puede encontrar trabajo en el área de turismo” ($p_n = 0.5$ y $q_n = 0.5$). Sustituyendo los valores en la ecuación, el tamaño de muestra fue de 64 estudiantes de la Licenciatura de Administración Turística de la BUAP. En total, se entrevistaron 111 estudiantes: 64 en la BUAP, 32 en la UMAD y 15 en la UIEP.

Resultados y discusión

Con respecto a las características de los estudiantes entrevistados, se encontró que tuvieron una edad promedio de 20.9 años. Al hacer la comparación por sexo, se halló que no presentan diferencia estadística ($t = 1.698$; $p = 0.092$): los hombres en promedio tenían 21.3 años y las mujeres 20.7 años. De igual forma, al realizar un análisis de varianza, no se encontró diferencia estadística ($F = 1.139$; $p = 0.256$) en la edad de los estudiantes de la UMAD (21.2 años), la BUAP (20.7 años) y la UIEP (21 años). Es de resaltar que esta carrera tiene mayor aceptación entre las mujeres (77.0 %) y se considera alta si se compara con la matrícula educativa de nivel superior, donde 50 % corresponde a mujeres, y para las egresadas de ingeniería de las universidades tecnológicas fue de 39.6 % (Presidencia de la República, 2015). En un estudio realizado en 2003, en diversas universidades españolas que impartieron diplomados en turismo, se menciona que este tipo de licenciaturas está dirigida fundamentalmente al género femenino, ya que sus egresados en 80 % eran mujeres (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación [Aneca], 2004).

Actualmente, las dimensiones que toman los estudios de las profesiones implican revisar el desarrollo del capital humano, no solo en la necesidad de capacitar al personal en términos de conocimientos, sino también de las competencias que les permitan desarrollar su talento e involucrarles en actividades personales y profesionales, así como que, paralelamente, incidan en el desarrollo de la economía y de la sociedad (Peñaloza *et al.*, 2011). En ese sentido, Freire *et al.* (2013) mencionan que las competencias profesionales cumplen un papel trascendental en el desempeño laboral y son la llave para acceder al mercado del trabajo. Aquí se evaluó la percepción que han desarrollado los estudiantes sobre las competencias implicadas en el Área de Turismo, es decir, el conocimiento que están adquiriendo referente a los procesos administrativos implementados en las empresas turísticas, así como en el dominio de la geografía, teoría y tipología del turismo, entre otros temas o cursos que llevan en su carrera.

En ese sentido, se encontraron puntajes altos (4.1) con respecto a los conocimientos adquiridos en el Área de Turismo por los estudiantes de las universidades de estudio. Al realizar un análisis de Kruskal Wallis, se encontró que no existe diferencia estadística ($H = 1.50$; $p = 0.385$) en las competencias adquiridas en dicha área entre la UMAD (4.06), la BUAP (4.25) y la UIEP (4.13), puesto que no se observó variación entre los grupos. Por tipo de preparatoria no se encontró diferencia estadística ($H = 0.020$; $p = 0.871$) entre los estudiantes que provenía de escuelas públicas

(4.19) y privadas (4.16). Es importante señalar que un porcentaje (más de 10 %) de estudiantes no está adquiriendo los conocimientos especializados del área para desempeñarse adecuadamente en el sector servicios.

Por otra parte, los estudiantes entrevistados en el área de Prestación de Servicios Turísticos —cocina, restaurantes, agencias de viajes, transportación, organización de eventos— opinaron que no están desarrollando sus competencias como ellos desean: alcanzaron 3.9 puntos. Y a pesar de que en la UMAD y en la UIEP se concentró el mayor número de personas que consideran que no están desarrollando adecuadamente estas competencias, no se encontró diferencia estadística ($H = 3.94$; $p = 0.104$) entre universidades. En un estudio titulado *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral*, realizado por la Universidad La Salle (2012), se menciona que las áreas de formación en las que el egresado percibió recibir mayor instrucción como parte de su programa de estudios fue en productos y actividades turísticas (con 70.8 %), siguiéndole alojamiento-hospedaje y alimentos y bebidas. Este resultado coincide con la percepción de los estudiantes entrevistados en cuanto al desarrollo de competencias por área. Lo que significa que no solo es importante impartir este tipo de competencias, sino que también se tiene que trabajar en esta área y mejorar la calidad de los conocimientos que se transmiten, ya que su desarrollo no fue el más adecuado, pues más de 26 % de los entrevistados no logró adquirir esta competencia profesional. Esto significa que, al no desarrollar los estudiantes adecuadamente las competencias mencionadas, será un factor de peso para que algunas empresas hoteleras prefieran contratar otros profesionistas, principalmente las relacionadas con las áreas contables y financieras, de recursos humanos, contadores, psicólogos industriales y administradores de empresas, e ingenieros y arquitectos (OMT, 2009).

Respecto a la Elaboración de Proyectos Turísticos, de acuerdo con los estudiantes, fue una competencia que desarrollan entre regular y bien (3.8). En esta competencia se halló diferencia estadística ($H = 6.30$; $p = 0.027$) entre universidades: la UMAD alcanzó el mayor puntaje (4.0), le siguió la BUAP (3.8) y el menor puntaje (3.2) se encontró entre los estudiantes de la UIEP; significa que esta última universidad se encuentra en desventaja en el desarrollo de este tipo de competencias, las cuales se consideran importantes para generar proyectos turísticos rentables desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Por lo que respecta a la Calidad, no se debe pasar por alto que se relaciona fundamentalmente con la atención al cliente. En este contexto, Fernández (2004) menciona que se tiene que tener en cuenta, en la formación de los recursos humanos, la capacidad de respuesta, la profesionalidad, la cortesía, la credibilidad, la seguridad, la comunicación y la comprensión al cliente. La opinión que tienen los estudiantes sobre el desarrollo de la competencia de Calidad en turismo estuvo entre bien y regular al alcanzar un puntaje de 3.9. Aquí, también mediante una prueba de Kruskal Wallis, se obtuvo que no existe diferencia estadística ($H = 1.87$; $p = 0.343$) entre la UMAD (4.0), la BUAP (3.8) y la UIEP (3.8) en la percepción del desarrollo de esta competencia. Al igual que las competencias anteriores, se encontró que más de 30 % de los entrevistados dijo que la adquirió de manera regular o mal. En consecuencia, se tienen que redoblar esfuerzos, debido a que es fundamental esta competencia en la formación del capital humano para alcanzar los anhelos del consumidor y, de ahí, el logro de la competitividad del sector turístico.

Respecto al desarrollo de las competencias en el área de Atención al Cliente se puede decir que es una competencia básica que está asociada a infinidad de perfiles profesionales y, como consecuencia, es requerida en demasiados puestos de trabajo (Santos, 2013). Se considera que contribuye a mejorar las relaciones con el usuario de productos y servicios turísticos mediante el conocimiento y atención de sus deseos y expectativas. Entre los estudiantes entrevistados, se encontró que la están desarrollando bien (4.0). Y similarmente al área precedente, no se encontró diferencia estadística ($H = 2.25$; $p = 0.277$) entre universidades. A pesar de ello, se considera que en esta competencia están mejor preparados los estudiantes de la UMAD y la BUAP en comparación con los de la UIEP. Otra cosa a destacar es que esta competencia fue una de las más desarrolladas por los estudiantes; y se cataloga en el *Informe de la comisión de evaluación de diseño del título de grado de turismo* de la Aneca (2004) como una competencia específica a desarrollar en las universidades.

La competencia de Realización de Eventos, por su parte, no solo comprende su organización; también abarca la realización de estudios de factibilidad y la comercialización de espacios y servicios, entre otros. Los resultados encontrados indican que los estudiantes de la muestra están adquiriendo esta competencia entre regular y bien (3.8). Aquí tampoco se encontró diferencia estadística ($H = 3.29$; $p = 0.152$) entre universidades. Es de destacar, no obstante, que más de 30 % de los estudiantes argumentó que no la están desarrollando como ellos quieren. Sobre

las áreas de formación en las que los estudiantes perciben recibir mayor instrucción como parte de su programa de estudios fueron productos y actividades turísticas (70 %), alimentos y hospedaje (68 %), restauración y alimentos (59 %); en contraste con planificación y gestión pública (31 %), investigación y consultoría (26 %) y transporte y logística (14 %). Se puede decir que estos resultados no contribuyen a la competitividad del sector turístico, ya que el capital humano no está siendo preparado adecuadamente, y actualmente se requiere que esté altamente capacitado, ya que estamos frente a una clientela más experimentada y exigente.

Sin duda, como ya se ha visto, una de las competencias más valoradas en el sector turístico son los idiomas. García y Pérez (2009) describen esta competencia como la capacidad de trabajar en inglés como lengua extranjera, pero también como la capacidad de comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera. De cierto modo, se espera que los estudiantes de la carrera en turismo dominen de uno a dos idiomas para ser competitivos y tener un amplio campo de trabajo. En las universidades señaladas enseñan el idioma inglés; así, 85.2 % comentó que habla este idioma. Siendo más precisos, los de la UMAD en su totalidad aseguraron hablar el idioma; 87.7 % en la BUAP, y 40 % en la UIEP. Por lo que respecta a que tan bien hablan este idioma, se ubican entre regular y bien (3.8). En este caso sí se encontró diferencia estadística ($H = 3.33$; $p = 0.049$) entre la UMAD (4.1), la BUAP (3.7) y la UIEP (3.3). En este rubro, asimismo, destacó la UMAD, ya que los idiomas (inglés, francés y alemán) se encuentran dentro del plan de estudios y los impulsan como una competencia o fortaleza de la licenciatura. Estos resultados muestran que a los idiomas se les tiene que dar mayor importancia en tanto que son una de las competencias que distinguen a este tipo de licenciaturas; y porque su aprendizaje conlleva a poder comunicarse con otras personas en un mundo globalizado, ya que el turismo se caracteriza por estar presente en la mayor parte de países del mundo. (Ver tabla 1),

Tabla 1. Tipo de competencias desarrolladas en las universidades de estudio

Competencia	Media General	UMAD Media	BUAP	UIEP	H	p
1. Área de Turismo	4.18	4.06	4.25	4.13	1.50	0.385
2. Prestación de Servicios Turísticos	3.99	3.85	4.11	3.73	3.94	0.104
3. Elaboración de Proyectos Turísticos	3.84	4.00	3.89	3.27	6.30	0.0275
4. Calidad en Turismo	3.91	4.09	3.86	3.80	1.87	0.343
5. Atención al Cliente	4.08	4.22	4.10	3.73	2.25	0.277
6. Realización de Eventos	3.81	3.94	3.84	3.40	3.29	0.152
7. Idioma Inglés	3.82	4.09	3.74	3.33	5.30	0.0490
8. Trabajo en Equipo	4.11	4.21	4.10	3.93	1.17	0.484
9. TIC	3.59	3.53	3.63	3.60	0.19	0.899
Evaluación general	3.91	3.99	3.94	3.59	23.06	0.001

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, otro tipo de competencias a desarrollar por los estudiantes son las transversales, como el trabajar colaborativamente y las TIC. Al ser una de las claves de éxito en toda empresa, el trabajo en equipo es una de las competencias más demandadas en el mercado laboral, y no solo consiste en laborar de manera conjunta (Marcos, 2013). De manera general, se encontró que en este rubro los estudiantes entrevistados comentaron que los aspectos implicados son desarrollados bien (4.1). Y no se observó diferencia estadística significativa ($H = 1.17$; $p = 0.484$) en el desarrollo de competencias en el área de Trabajo en Equipo entre universidades. Se puede concluir que esta competencia la están desarrollando bien, pero es necesario fortalecerla, ya que 15 % de los entrevistados no lo hacen satisfactoriamente.

Las competencias sobre el área de las TIC abarcan términos como *informática*, *telemática* y *multimedia*, así como a los medios de comunicación e interacción social e interpersonal con soportes tecnológicos que permiten una conexión. Según Castells y Hall (2001), la productividad y competitividad descansan en la generación de nuevos conocimientos y en el acceso a la

información adecuada, donde las TIC resultan decisivas para los procesos y las formas de la nueva economía, constituyéndose en la base material para la integración de los procesos productivos a escala mundial. Servon (2002) comenta que su aprovechamiento significa tener habilidades para saber dónde y cómo buscar información y qué hacer con ella, para la producción de conocimiento y la creación de contenido. Su desarrollo en la formación profesional es importante por el papel que juegan en diferentes rubros del sector turístico.

De acuerdo a la opinión de los entrevistados, estas pueden catalogarse como regulares (3.5) y no se encontró diferencia estadística ($H = 0.19$; $p = 0.899$) entre la UMAD (3.5), la BUAP (3.6) y la UIEP (3.6). Se puede decir, por lo tanto, que los estudiantes entrevistados no desarrollan adecuadamente esta competencia, ya que 46.7 % la está desarrollando entre regular y mal. El desarrollo de este tipo de competencias es importante por la reestructuración que existe en el sector turístico. Tal y como lo señala Buhalis (1998), las TIC permiten a las empresas turísticas, fundamentalmente a las hoteleras, desarrollar canales de distribución alternativos a los *touropadores* y tener acceso a un gran número de personas, distribuidores y mercados de todo el mundo sin límites geográficos. Por todo lo anterior, sin estas competencias el sector queda rezagado.

De manera general, se encontró que los estudiantes de la BUAP y la UMAD están desarrollando mejor las competencias evaluadas. Ello se comprobó, una vez más, a través de una prueba de Kruskal Wallis, a partir de la cual se encontró que existe diferencia estadística ($H = 23.06$; $p = 0.001$) entre las universidades. La BUAP y la UMAD presentan semejanza, mientras que los estudiantes de la UIEP presentan una adquisición menor de las competencias evaluadas. Se puede concluir que hace falta preparar más a los estudiantes en las competencias mencionadas y que estos resultados son similares a los encontrados por la Universidad La Salle (2012), en donde se menciona que los programas de estudio no están generando competencias para incentivar la creación de productos turísticos y el desarrollo sostenible de estos, principalmente debido a las deficiencias en el proceso enseñanza-aprendizaje de los contenidos y competencias. Se considera, además, que los profesores no tienen la suficiente capacitación docente y experiencia en el sector. Ante ello, los egresados (90 %) han requerido capacitación dentro de su tarea profesional, ya sea por su cuenta o a través de la ofrecida por la empresa que los emplea (Universidad La Salle, 2012).

Existen distintos factores que se encuentran relacionados con la percepción de los estudiantes sobre lo que consideran los ponen en desventaja respecto a los egresados de otras universidades para conseguir empleo. Según el modelo de regresión logística aplicado a un grupo de variables sociales y económicas de los estudiantes de las universidades de estudio, se encontró que la importancia del conocimiento del idioma alemán para conseguir empleo, el desarrollo de la competencia sobre el conocimiento del turismo y la calificación que le dan a la Internet en la universidad resultaron significativas (ver tabla 2), todo lo cual manifiesta su asociación con las desventajas de los egresados con otras universidades para conseguir empleo.

Tabla 2. Estimadores del modelo de regresión logística con el método de selección por pasos hacia adelante (Wald)

Variables	B	E.T.	Wald	P	Exp(B)
Imp/alemán/empleo	.720	.261	7.591	.006	2.055
Desarrollo/competencia/conoc. Turismo	.710	.329	4.661	.031	.492
Calif/internet en la universidad	.435	.208	4.360	.037	1.545
Constante	-.831	1.034	.648	.422	.436

Fuente: Elaboración propia

Por lo que se plantea que las variables que influyen para encontrar un buen empleo en el sector turístico son un segundo idioma, el desarrollo de las competencias en el conocimiento del área de turismo, así como una adecuada infraestructura de internet. Atendiendo estas variables, los estudiantes consideran que tendrán una mayor oportunidad de encontrar empleo; claro, sin descuidar las otras variables analizadas.

Conclusiones

Los estudiantes de la licenciatura en turismo perciben que están desarrollando sus competencias profesionales y transversales entre regular y bien (3.9). Se observó que desarrollan fundamentalmente las competencias en el área de conocimiento de Turismo, Atención al Cliente, y Trabajo en Equipo. Es necesario, en cambio, fortalecer las competencias en TIC, Realización de Eventos, Idiomas y Elaboración de Proyectos Turísticos. Particularmente, el idioma inglés como segunda lengua no es impulsado adecuadamente en las universidades públicas; la BUAP no aprovecha la infraestructura que tiene en este aspecto. También debe hacerse la anotación de que existe un desequilibrio en el currículo que le resta importancia a la metodología de la investigación y métodos cuantitativos. Esta área tiene que fortalecerse para que en el futuro los estudiantes que deseen continuar estudiando tengan las competencias para poder insertarse en la investigación científica a través de estudios de posgrado.

En suma, las competencias profesionales a las que se le debe poner mayor atención son la de Elaboración de Proyectos (énfasis en la UIEP), Calidad (BUAP y UIEP), Realización de Eventos (UIEP) y Prestación de Servicios Turísticos (UIEP y UMAD). Finalmente, se tienen que fortalecer el dominio de una lengua extranjera, como es el caso del idioma inglés ya mencionado, en las universidades públicas, y no solo en su comprensión, también se debe fortalecer su escritura y conversación. Entre las competencias transversales, se tiene que mejorar las capacidades de manejo de las TIC, dando atención a la informática, telemática, multimedia, los medios de comunicación e interacción social, e incluso en los nuevos medios de comunicación que permiten hacer eficiente el trabajo de los futuros egresados. Es un área que se tiene muy descuidada y es necesario fortalecerla.

Se puede decir que las diferencias entre las universidades son propias de su modelo educativo. La intercultural UIEP fomenta recursos humanos para incorporarlos a su región de origen y que contribuya al desarrollo regional. En cambio, la BUAP y UMAD tiene una política diferente en la formación de capital humano, ya que están dirigidas tanto a la región de origen como a la satisfacción de la demanda de otras regiones del país. Las diferencias entre universidades son propias además del presupuesto que manejan, la matrícula que tiene cada una y los años de experiencia en el sector educativo. Se espera que los resultados de las competencias entre los

estudiantes entrevistados sean más satisfactorios para que estas puedan influir en su inserción en el mercado laboral.

Referencias

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y la Acreditación [Aneca]. (2004). *Libro blanco. Título de grado en turismo*. Madrid, España: Editorial Aneca.
- Andrés, J. y García, J. (1995). Las escuelas privadas de turismo ante las nuevas estrategias. *Revista de Estudios Turísticos*, (128), 165-168.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [Anuies]. (2014). *Anuario Educación Superior de la población escolar en la educación superior. Técnico superior y licenciatura, ciclo escolar 2013- 2014*. México: Editorial Anuies.
- Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Journals Tourism Management*, 19(5), 409-421.
- Camarena, B. y Velarde, D. (2010). Educación superior y mercado laboral: vinculación y pertinencia social ¿Por qué? y ¿para qué?. *Revista de Estudios Sociales*, (1), 106-125.
- Cameron, K. S. and Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. San Francisco, United States: Jossey-Bass.
- Cano, E. (2005). *Cómo mejorar las competencias docentes. Guía para la autoevaluación y el desarrollo de las competencias del profesorado*. Barcelona, España: Editorial GRAÓ.
- Caravaca, I. (1998). Los nuevos espacios emergentes. *Revista de Estudios Regionales*, (50), 39-80.
- Cárdenas, P. y Pulido, J. (2014). El estudio de caso como método de docencia universitaria. Una herramienta para la adquisición de competencias en el grado de turismo. *Revista del Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI)*, (2), 1-14.
- Castells, M. y Hall, P. (2001). *Tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Centro de Investigación para el Desarrollo [Cidac]. (2014). *Encuesta de competencias profesionales ¿Qué buscan -y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes?* México: Editorial Agencia para el Desarrollo Internacional.

- Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional [Cinterfor]. (1997). *Formación basada en competencia laboral: situación actual y perspectivas*. Montevideo, Uruguay: Editorial Cinterfor-OIT.
- Clemente, J. y Escribá, C. (2013). Análisis de la percepción de las competencias genéricas adquiridas en la universidad. *Revista de Educación*, (362), 535-561.
- Cordua, J. (2000). La formación universitaria en la perspectiva del mundo empresarial. En Centro Interuniversitario de Desarrollo, *Las nuevas demandas del desempeño profesional y sus implicancias para la docencia universitaria*. (pp. 166-179). Santiago de Chile, Chile: Centro Interuniversitario de Desarrollo.
- Dale, C. and Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: a three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(1), 30-35.
- Dávila, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Revista de Educación Laurus*, 12, 180-205.
- Damm, L. y Szmulewicz, P. (2007). Modelo genérico de gerente de Spencer y Spencer. Una aplicación a la Hotelería. *Revista de Gestión Turística*, 7, 55-80.
- Espasandín, F., Díaz, C. and Quirós, F. (2010). Higher education of tourism in Spain and its adaptation to the European higher education area. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1191-1223.
- Fernández, J. (2004). La calidad en turismo. Mercado de trabajo: Formación y capital humano. *Revista Colección Mediterráneo Económico*, 5, 169- 194.
- Freire, M., Teijeiro, M. y Pais, C. (2013). La adecuación entre las competencias adquiridas por los graduados y las requeridas por los empresarios. *Revista de Educación*, (362), 13-41.
- García, J. y Pérez, M. (2008). El grado en turismo: un análisis de las competencias profesionales. *Revista de Cuadernos de Turismo*, 21, 67-83.
- García, J. y Pérez, M. (2009). Análisis de las competencias lingüísticas y digitales en el marco de los estudios universitarios de turismo en España. *Revista de Actualidades Investigativas en Educación*, 9(1), 1-27.
- García, I., Fernández, M. y Moreno, M. (2013). El perfil ocupacional de los titulados en turismo dentro del sector turístico. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 7, 97-117.

- García, J. (2010). De profesor tradicional a profesor innovador. *Revista Temas para la Educación*, (11), 1-7.
- Gómez, R. (1979). Introducción al muestreo. (tesis de maestría). Colegio Postgraduados, México.
- Gómez, S. (2010). La experiencia de un diseño curricular en turismo basado en un modelo por competencias profesionales. *Revista de Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(1), 139-156.
- Herrero, R. (2013). Adquisición de competencias profesionales a través de estrategias metodológicas basadas en tecnologías de la información y comunicación en el marco del espacio europeo de educación superior. (tesis doctoral). Universidad de Córdoba, España.
- Instituto Mexicano de la Competitividad [IMCO]. (2014). *Compara carreras. Una herramienta sobre las consecuencias económicas de escoger una carrera*. México: IMCO.
- Lillo, A. (2009). El papel del capital humano en el sector turístico: algunas reflexiones y propuestas Adelaida Bañuls. *Revista Cuadernos de Turismo*, 24, 53–64.
- Marcos, L. (2013). Orientación a clientes. En Pita, C. y Pizarro, E. (eds.), *Como ser competente. Competencias profesionales demandadas en el mercado laboral*. (pp. 45-50). Salamanca, España: Cátedra de Inserción Profesional Caja Rural Salamanca / Universidad de Salamanca / Servicios de Inserción Profesional Prácticas y Empleo de la Universidad de Salamanca.
- Márquez, A. (2011). La relación entre educación superior y mercado de trabajo en México Una breve contextualización. *Revista Perfiles Educativos*, 33(SPE), 169–185.
- Méndez, M., Rodríguez, O., Osorio, M. y Salgado, M. (2013). Flexibilidad laboral en el sector turístico en México. Una interpretación teórica. *Revista de Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(4), 705–728.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2016). *World employment and social Outlook: Trends 2016*. Geneva, Switzerland: OIT.
- Organización Mundial del Turismo [OMT] (2009). *Estudio de la oferta y la demanda de formación de los recursos humanos en el sector turístico en América Latina*. Editorial Organización Mundial del Turismo.

- Organización Mundial del Turismo [OMT] (2017). *El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Turismo responsable, un compromiso de todos*. Madrid, España: Editorial Organización Mundial del Turismo / Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Peñaloza, L., Medina, J., Herrera, A. y Vargas, R. (2011). La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica. *Revista de Educación Superior*, 40(160), 95–118.
- Presidencia de la República. (2015). *Tercer informe de Gobierno 2014 – 2015. Gobierno de la República*. México: Presidencia de los Estados Unidos Mexicanos. Recuperado de <http://www.presidencia.gob.mx/tercerinforme/>.
- Santos, M. (2013). Trabajo en equipo y cooperación. En Pita, C. y Pizarro, E. (eds.), *Cómo ser competente. Competencias profesionales demandadas en el mercado laboral* (pp. 51-56.). Salamanca, España: Cátedra de Inserción Profesional Caja Rural Salamanca / Universidad de Salamanca / Servicios de Inserción Profesional Prácticas y Empleo de la Universidad de Salamanca.
- Secretaría de Turismo [Sectur]. (2017). *Resultados de la Actividad Turística*. Ciudad de México, México: Editorial Subsecretaría de Planeación y Política Turística.
- Servon, L. (2002). *Bridging the Digital Divide: Technology, Community, and Public Policy*. Oxford, England: Blackwell Publisher Ltd.
- UMAD, 2015. Oferta educativa. Licenciatura en Administración Turística. Área de Negocios de la Universidad Madero. Pág. Web: <http://www.umad.edu.mx/index.php/licenciatura-en-administracion-turistica>
- Universidad La Salle. (2012). *Alineación de los programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral*. Cancún, México: Editorial Centro de Estudios Superiores en Turismo.

Rol de Contribución	Autor (es)
Conceptualización	José Pedro Juárez Sánchez
Metodología	José Pedro Juárez Sánchez
Software	María José Contreras López
Validación	José Pedro Juárez Sánchez
Análisis Formal	Benito Ramírez Valverde 50% José Pedro Juárez Sánchez 50%
Investigación	María José Contreras López
Recursos	María José Contreras López
Curación de datos	María José Contreras López
Escritura - Preparación del borrador original	María José Contreras López
Escritura - Revisión y edición	José Pedro Juárez Sánchez 70% Benito Ramírez Valverde 30%
Visualización	José Pedro Juárez Sánchez
Supervisión	José Pedro Juárez Sánchez
Administración de Proyectos	Benito Ramírez Valverde
Adquisición de fondos	Benito Ramírez Valverde