

LAS MAESTRÍAS DE TURISMO EN LA CIUDAD DE PUEBLA: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

VIANEY GARCÍA VÁZQUEZ/ GLORIA ANGÉLICA VALENZUELA OJEDA
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

RESUMEN: En este trabajo se presentan los resultados obtenidos a través de un estudio de educación comparada realizada con los programas de posgrado en turismo que se ofrecen en la ciudad de Puebla. Los programas fueron analizados a partir del currículo formal considerando las orientaciones, características y tendencias de los mismos. Se identifica que los programas responden a la necesidad de los licenciados en turismo y/o personas que se encuentran laborando dentro de esta área, cuyo interés principal se basa en la especialización y formación de investigadores y directivos en turismo, que les permita ser más competentes e

incrementar su nivel laboral. En la mayoría de los casos existe congruencia entre los objetivos, perfiles de egreso, campo de trabajo con las áreas del conocimiento que los integran. Se identifica que los programas dan mayor peso a las áreas de hotelería, administración, mercadotecnia turística y negocios. El menor peso lo tienen las áreas de restaurantes, patrimonio turístico y tecnología.

Palabras clave: Evaluación, docentes, maestría, educación.

Introducción

La educación es una función eminentemente social, que se ha caracterizado por su constante evolución, enmarcando cambios significativos que conllevan a la mejora educativa y a la preparación de los estudiantes para su inserción en el mercado laboral. Actualmente en los nuevos contextos de la educación, dos de los aspectos que están tomando mayor relevancia y que avanzan con mayor velocidad son los procesos de internacionalización y globalización.

Estos procesos han tenido diversas repercusiones, dentro de las cuales se identifica una expansión considerable de las actividades turísticas durante los últimos veinte años,

convirtiéndose en uno de los sectores más competitivos del mundo y generando una fuerte demanda de diversos servicios turísticos que respondan a las necesidades sociales.

Como consecuencia de lo anterior y de la necesidad de formalizar los servicios turísticos, se ha implementado la oferta de programas de posgrado en esta área, cuyo objetivo central es dar respuesta a las necesidades del sector turístico, mediante la especialización y formación de investigadores y directivos en turismo que coadyuven a la mejora del sector turístico.

Por tal motivo, la investigación que aquí se presenta tiene como principal objetivo analizar los programas de posgrado en turismo que constituyen la oferta académica de las instituciones de educación superior de la ciudad de Puebla e identificar sus orientaciones, características y elementos centrales.

Para efectos del estudio se consideraron los diferentes niveles de posgrado: especialidad (que conduce a la obtención de un diploma), la maestría y el doctorado, que conducen a la obtención del grado correspondiente (SEP, 2000), aunque únicamente se trabajó con programas de maestría por ser la oferta de programas que se encontró en el estudio.

El turismo y los programas de posgrado

Este trabajo se fundamenta en el análisis de los programas académicos de posgrado, entendiendo el concepto de programa académico como un “conjunto estructurado de experiencias y actividades educativas, expresado en un plan de estudios que se ofrece en el marco de una institución educativa, bajo determinadas condiciones materiales y académicas, y cuyo curso, durante un determinado número de años, permite la obtención de un título profesional” (Medina, 2002).

Por otro lado, al trabajar con los programas de posgrado en turismo se ha realizado una caracterización de esta disciplina considerando al turismo como un “conjunto de relaciones y de hechos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio...” (Hunziker, en Ortuño, 1976, p. 38). Así, se entiende que

“el turismo es la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interacción de turistas, proveedores de negocios, gobiernos y comunidades anfitriones en el proceso de atraer y alojar a estos turistas y otros visitantes” (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 2007). Con estas definiciones se pueden entender la complejidad de los compromisos que se derivan de la actividad turística y la necesidad de contar con personal más formado y especializado en esta área.

Para dar respuesta a las necesidades turísticas se hace necesaria la creación de diversos servicios como son las agencias de viajes, hoteles, restaurantes, etc. y no solo aquellas exclusivas de actividades vacacionales, pues se incluyen también las de ocio y de negocios.

En este contexto, se identifica que el turismo muestra una notable capacidad de crecimiento, pese a la disminución del mismo por la actual crisis económica donde se muestra que tras un aumento del 5% durante la mitad del 2008, el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales, se situó en valores negativos durante la segunda mitad del 2008 (-1%), presentando el resultado final un crecimiento estimado de 2% para todo el año...(Barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT), 2009).

Sin embargo, el sector turístico sigue siendo uno de los sectores económicos más dinámicos, siendo muchos los efectos benéficos que genera, entre ellos, una creciente contribución al PIB (en algunos casos más del 10%) y sustanciales ingresos de divisas, así como la creación de empleo, algo especialmente importante en la actual crisis económica (OMT, 2009). En este sentido, podemos entender la importancia que tienen las instituciones de educación superior por su aporte tanto en la profesionalización de los recursos humanos, como en la formación de investigadores y directivos de las diversas disciplinas vinculadas al turismo, de ahí la necesidad de apoyarse en la formación de posgrado para lograr estos objetivos.

Pero ¿cuáles son las áreas que deba abordar un programa de turismo?. Debido a su complejidad, el estudio del turismo se ha realizado desde hace muchos años, basándose en las ciencias que justificaban de mejor manera la posición del turismo, de acuerdo a sus necesidades e intereses. Una de las primeras en tratar como parte de su estudio al turismo es la economía, que, como define Fernández (1991), veía en el turismo un factor

determinante en el desarrollo económico, un redistribuidor del gasto y un generador de divisas entre otras consecuencias.

En este sentido, se identifica que el turismo puede ser estudiado desde distintas áreas, remarcando así la importancia de determinarlo como multidisciplinario, ya que su estudio no implica únicamente la definición de turismo, pues como sostiene Barreto (2003), como gran desplazamiento humano voluntario, debe ser estudiado por las ciencias humanas; por sus impactos económicos debe ser estudiado por la ciencia económica; por su impacto en el medio ambiente debe ser estudiado por las ciencias geográficas, biológicas y ambientales; por sus impactos sociales debe ser estudiado por la sociología y por sus impactos culturales, por la antropología.

No obstante y pese a la importancia general de la multidisciplinariedad del turismo, para el caso del posgrado nos encontramos que el objetivo fundamental de los programas es tanto la profesionalización como la formación para la investigación turística que conlleven a la mejora laboral, lo que propicia que el estudio del turismo abarque áreas más concretas como son la administración, finanzas, negocios, proyectos, hotelería mismas que se reflejan en el valor del turismo.

En este sentido, se identifica la implementación de programas de posgrado de turismo, que regularmente cuentan con un área de especialización según las necesidades e intereses que deseen cubrir sus estudiantes.

Metodología

La presente investigación es un estudio descriptivo y documental que se basa en los aportes de los estudios de educación comparada, entendiendo ésta como la disciplina que, mediante el enfoque comparativo, investiga los fenómenos educativos globales o particulares que se dan en dos o más sociedades o grupos humanos, en cuanto a las relaciones de semejanza y diferencia que existen entre ellos, y entre las formas de interacción que mantienen con sus respectivos contextos sociales, a fin de contribuir al conocimiento y la comprensión de dichos fenómenos educativos, propios y ajenos, y de

enriquecer los procesos de toma de decisiones para su mejoramiento” (Olivera, citado en García, 2003).

Como instrumento de apoyo para el análisis se elaboró una matriz en formato de Excel para concentrar las características de los programas de estudio de las distintas instituciones. La matriz se dividió en dos apartados. La primera parte agrupa los datos de identificación de las instituciones educativas y de cada uno de los tres programas estudiados, en dónde se encuentran los siguientes indicadores: Nombre del programa, año de fundación de la escuela, año de fundación del programa, clave de registro, modalidad, dirección, así como las características del programa identificando el perfil de ingreso, perfil de egreso, objetivos, misión, visión, filosofía, valores, periodos, áreas terminales, vinculación, orientaciones teóricas, formas de titulación y mercado de trabajo, principalmente.

En la segunda parte de la matriz se hace un corte por áreas del conocimiento de las materias que conforman el plan de estudios de las diversas instituciones de educación superior, en la cual se identifica la ponderación que se da a cada una de las áreas del conocimiento. Para ello, se tomó en cuenta el total de asignaturas de todos los programas agrupados por área para obtener el porcentaje que cada programa le da a las distintas áreas del conocimiento. La información se analizó mediante estadística descriptiva a través de medias, frecuencias y porcentajes.

Resultados

1) Caracterización de los programas

Se encontraron diferentes denominaciones para definir a los programas. La Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) cuenta con la Maestría en Dirección Estratégica de Empresas Turísticas (UPAEP, 2009); la Universidad de Ciencias y Desarrollo ofrece la Maestría en Dirección y Gestión de Empresas Turísticas (Universidad de Ciencias y Desarrollo, 2009), la Universidad del Valle de Puebla (2013) oferta la Maestría en Gestión de la Industria de la Hospitalidad, mientras que el Instituto Suizo de Gastronomía y Hotelería (ISU, 2013) ofrece la Maestría en Alta Dirección de Hoteles y Restaurantes, notando así que la mayoría de los programas se centra en la dirección de

empresas dirigiendo a sus egresados a formar parte de un puesto gerencial. Además, a partir de las denominaciones de los programas, se puede entender una diferencia de orientaciones y enfoques con los que se forma a los posgraduados del turismo.

En lo que respecta a la modalidad, nos encontramos que todos son presenciales, sin embargo el ISU oferta la misma maestría tanto en modalidad presencial como en línea. Acerca de los períodos como se cursa el programa, encontramos que cada uno de los programas es diferente. El programa de la UPAEP no especifica el período, en tanto que los programas de la Universidad de Ciencias y Desarrollo y del Instituto Suizo de Gastronomía y Hotelería se cursa por cuatrimestres, finalmente el programa de la Universidad del Valle de Puebla lo establece como módulos.

Otro de nuestros criterios de investigación refiere a la presencia de áreas terminales, notando que ningún programa cuenta con ellas. Al definir el perfil de ingreso nos percatamos que ninguno de los programas establece un perfil en particular, no obstante se identificó que las cuatro instituciones definen objetivos, denotando la importancia de la formación de profesionales que respondan a las necesidades del sector turístico a través del aprovechamiento de los recursos y el desarrollo de habilidades directivas para la toma de decisiones en entornos complejos y cambiantes.

En cuanto al análisis del ideario de los programas, el 100% establecen que su razón de ser se basa en el bien común y la participación social que se fortalece con la formación de líderes, queriendo lograr un 100% de ellas el compromiso de participar en la transformación del país, respondiendo a las necesidades del entorno. A pesar de que cada uno de los programas se rige por sus propios valores, sobresale la presencia de la cosmovisión del ser humano, la verdad y el compromiso social.

2) Orientación de los Programas

El total de materias de los cuatro programas analizados fueron agrupadas por áreas del conocimiento en cada programa y de manera global. A su vez estas áreas de conocimiento se analizan en tres niveles: las áreas que tenían mayor peso dentro de los programas de formación de posgrado, las áreas con un peso intermedio y las áreas con menor peso dentro de estos programas. Los resultados se pueden observar en el cuadro 1.

INSTITUCIÓN	UDES		UPAEP		UVP		ISU		TOTAL	
	FR	%Programa	FR	%Programa	FR	%Programa	FR	%Programa	FR	Porcentaje
Áreas										
Administración	4	22%	4	10%	7	35%	7	43.75%	22	23.65%
Mercadotecnia Turística	1	6%	9	23%	1	5%	0	0%	11	11.82%
Negocios	3	17%	5	13%	0	0%	1	6.25%	9	9.67%
Investigación	1	6%	4	10%	2	10%	2	12.50%	9	9.67%
Hotelería	0	0%	0	0%	4	20%	3	18.75%	7	7.52%
Métodos Cuantitativos	1	6%	5	13%	1	5%	0	0%	7	7.52%
Finanzas	2	11%	2	5%	2	10%	1	6.25%	7	7.52%
Legal	1	6%	1	3%	2	10%	1	6.25%	5	5.37%
Planeación Turística	2	11%	2	5%	0	0%	0	0%	4	4.30%
Relaciones Humanas	2	11%	2	5%	0	0%	0	0%	4	4.30%
Turismo	0	0%	3	8%	0	0%	0	0%	3	3.22%
Proyectos Turísticos	0	0%	1	3%	1	5%	0	0%	2	2.14%
Restaurantes	0	0%	0	0%	0	0%	1	6.25%	1	1.07%
Patrimonio Turístico	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%	1	1.07%
Tecnología	1	6%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1.07%
Total	18	100%	39	100%	20	100%	16	100%	93	100%

Cuadro 1. Ponderación de las áreas del conocimiento de los programas de posgrado de Turismo en Puebla

FR: Frecuencia

En el cuadro 1 podemos identificar que en las áreas con mayor peso porcentual se encuentran la administración y mercadotecnia turística, puesto que ambas fueron mencionadas en los cuatro programas con 22 y 11 asignaturas, representado por un 23.65% y 11.82%, respectivamente, esto debido a que la mayoría de sus programas basa sus maestrías en la aplicación del proceso administrativo y la toma de decisiones aplicada en las estrategias mercadológicas.

Así mismo consideramos que para el manejo adecuado de las empresas turísticas se desarrollan las habilidades administrativas que van desde la planeación, organización, dirección y control. Esta orientación es congruente con una confianza en el proceso administrativo. Como lo mencionan Reyes y Rodríguez en Méndez (2006), la importancia de la administración se basa en que la administración se da donde quiera que exista una organización. El éxito de una empresa u organismo social, se debe a la buena administración que posea. Para las grandes empresas, la administración científica es esencial. Para las empresas pequeñas y medianas, la manera más indicada de competir con otras es el mejoramiento de su administración, dicho en otras palabras, es necesario

tener una mejor coordinación de sus recursos incluyendo al humano. Un incremento en la productividad, dependerá de una adecuada administración. Éstas son algunas de las principales ventajas que se pueden asegurar a través del estudio del área de administración general, por lo que en estos programas sobresale la confianza que se tiene en esta área del conocimiento.

De la misma manera sobresale la importancia del área de mercadotecnia, la cual es sumamente importante pues “es incuestionable el enorme potencial de nuestro país en su oferta turística, pero la labor de promoción turística hace necesario un punto de intersección entre los atractivos y la calidad de los servicios, pues estos últimos son parte fundamental de la percepción del turista en su visita a destino alguno” (Ocampo, s.f.) ya que con el adecuado uso mercadológico proyectaremos nuestro país, generando beneficios al mismo.

Posteriormente, encontramos con 9 asignaturas (9.67%), la importancia de los negocios en la aplicación del turismo, esto debido al manejo o creación de alguna empresa en especial, la cual deberá conocer adecuadamente para dirigirla por el camino del éxito, evitando sesgos y falta de información en la ejecución.

Como áreas con importancia intermedia, se identificó con una frecuencia de 9 asignaturas (9.67%) al área de investigación, la cual es fundamental en este campo, puesto que con esta asignatura se fortalece la formación de investigadores.

En este mismo nivel de importancia intermedia se identifica el área de hotelería, métodos cuantitativos y finanzas con 7 asignaturas (7.52%) cada una. El área hotelera se muestra fuertemente ya que como se pudo identificar con el nombre de los programas, muchos de ellos se orientan a la aplicación específica en el área hotelera. Además, se considera la inclusión de estas dos últimas áreas debido a que, a nuestro parecer, son el complemento idóneo de la administración y los negocios, pues parte fundamental de su manejo será la comprensión de estados financieros y recursos económicos.

Por último notamos la presencia de áreas con el menor peso porcentual, las cuales comprenden áreas como planeación turística, turismo, proyectos turísticos, relaciones humanas, entre otras, por lo que consideramos que este comportamiento puede darse debido a que se infiere que los alumnos que cursen un programa de maestría en turismo,

debieron pasar por una formación previa del mismo, lo que conlleva únicamente a fortalecer estas áreas en este nivel.

Conclusiones y recomendaciones

Al hacer el análisis de los programas de posgrado de turismo en Puebla se identificó que pese a la importancia e incremento del sector turístico, Puebla cuenta únicamente con 4 instituciones que ofrecen programas de posgrado en esta área, siendo todos a nivel maestría. También se identifica que existen diferentes orientaciones con los que se está formando a los profesionales del turismo predominando la formación en Mercadotecnia y Administración, fortaleciendo también la hotelería.

En términos generales, los programas de posgrado en turismo presentan una congruencia entre lo que reportan como objetivos con las áreas del conocimiento que los integran. Aunque la mayoría de los programas se componen de áreas multidisciplinarias, sobresale el área administrativa y mercadológica, debido a que los programas se orientan, principalmente, a la satisfacción de las necesidades del sector empresarial y productivo y a la formación de directivos. Otras áreas importantes son negocios, investigación y finanzas.

Referencias

- Barómetro OMT del Turismo Mundial. (2009). Comprometidos con el turismo y con el desarrollo del nuevo milenio. Volumen 7. Número 1. Madrid, España: OMT.
- Barreto, M. (2003). Turismo, patrimonio cultural de la sociedad. Recuperado de <http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/hthhBarreto.hm>
- Fernández, L. (1991). Teoría y técnica del turismo, Tomo I. Madrid.
- García, J (2003). La Educación Comparada, amplitud y diversidad, recuperado de http://www.dict.uh.cu/Revistas/Ed uc_Sup/032003/Art040303.pdf
- Instituto Suizo de Gastronomía y Hotelería. (2013). Maestría en Alta Dirección de Hoteles y Restaurantes. Recuperado de http://www.isu.edu.mx/objetivo_m_direccion.html.
- McIntosh, R; Goeldner, C; Ritchie, B. (2007). Turismo. Planeación, administración y perspectivas. México: Limusa Wiley.
- Medina, N (2002). Guía metodología para el diseño curricular dentro del modelo educativo flexible. México: UV

- Méndez, J. (2006). Importancia de la administración dentro de la empresa. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/admc/alpcs.htm>
- Ocampo, I. (s.f.). La mercadotecnia turística en México. Recuperado de <http://www.miespacio.org/cont/gi/turisti.htm>
- Organización Mundial del Turismo (2009) **El turismo, motor de creación de empleo y estímulo económico. Comunicado de Prensa de la OMT.** Recuperado de http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=3891&idioma=S
- Ortuño, M. (1976). Introducción al estudio del Turismo. México: Porrúa.
- Secretaría de Educación Pública (2000). Acuerdo 279. Recuperado de <http://www.sep.gob.mx/work/apps/ite/dgajuridicos/10ac279.HTM>
- Universidad de Ciencias y Desarrollo (2009). Maestría en Dirección y Gestión de Empresas Turísticas. Recuperado de <http://www.udes.edu.mx/swfs/udesinicio.html>
- Universidad del Valle de Puebla (2013). Maestría en Gestión de la Industria de la Hospitalidad. Recuperado de <http://www.uvp.edu.mx/index.php/gestionindustria>
- Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (2009) Maestría en Dirección Estratégica de Empresas Turísticas. Recuperado de <http://Posgrados.upaep.mx/webapps/portal/frameset.jsp>

