

SEP

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL



UNIDAD UPN 099 D. F. PONIENTE

UNIVERSIDAD
PEDAGOGICA
NACIONAL

✓
INVESTIGACION EVALUATIVA APLICADA AL PLAN DE
ESTUDIOS 1987 DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
TURISTICA DE LA UNIVERSIDAD ANAHUAC

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE
MAESTRO EN EDUCACION CON CAMPO EN
PLANEACION EDUCATIVA

PRESENTA:

VICTOR MANUEL SANTOS LOPEZ

MEXICO, D. F.

OCTUBRE 1999

DEDICO ESTE TRABAJO A TODOS MIS ALUMNOS,
PORQUE GRACIAS A ELLOS NACÍÓ Y VIO SU
CULMINACIÓN ESTA META

POR UN TURISMO QUE VERDADERAMENTE BENEFICIE A
ESTE GRAN PAÍS QUE ES MÉXICO

LA EDUCACIÓN ES EL ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA
GENERAR LA TRANSFORMACIÓN DEL SER HUMANO Y DE LA
SOCIEDAD

ÍNDICE

PÁGS.

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	4
1.1. Justificación del trabajo de análisis y evaluación y objetivos	4
1.2. Antecedentes que generaron la necesidad de llevar a cabo la Investigación Evaluativa	5
1.2.1. Deficiencias Generales en los planes de estudios actuales	6
1.2.2. Recomendaciones para el diseño de planes curriculares en turismo y administración turística	7
1.3. Diseño de la Investigación Evaluativa	10
1.3.1. Universo o Población	11
1.3.2. Técnica a utilizar en la Investigación	12
CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN Y DEL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE	13
2.1. Antecedentes de la Universidad Anáhuac	13
2.2. Antecedentes de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac	15
2.3. Modelo Institucional dentro del cual se inscribe la reestructuración del plan de estudios de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac	18
2.4. Marco Jurídico de la Educación Turística	19
2.4.1. Ley Federal de Turismo	20
2.5. Perfil del Administrador Turístico de la Universidad Anáhuac	20
2.5.1. Importancia y campo de trabajo para el Administrador Turístico de la Universidad Anáhuac	21
CAPÍTULO 3 DIAGNÓSTICO DE VIABILIDAD DE LA PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANAHUAC	22
3.1. Plan de Estudios 1987	22
3.2. Resultados de la aplicación de los instrumentos de prueba	24
3.2.1. Cuestionario a alumnos/as	25
3.2.2. Cuestionario a egresados	31
3.2.3. Cuestionario a maestros	43
3.2.4. Cuestionario a empresas	43
3.3. Análisis cruzado de datos	46
3.4. Comparativo entre el plan 87 de la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac y otros planes de estudios	51

CAPÍTULO 4 ECONOMIA Y EDUCACIÓN	53
4.1. Antecedentes Históricos de las relaciones entre los sistemas educativo y productivo	53
4.2. Teorías Económicas de la Educación	54
4.2.1. Teoría del capital humano	55
4.2.2. Teoría de la funcionalidad técnica de la educación	56
4.2.3. Teoría sociopolítica de la Educación	60
4.2.4. Teoría de la fila	62
4.2.5. Teoría de la segmentación del mercado de trabajo	64
4.2.5.1. Segmento de la "Alta Educación"	68
4.2.5.2. Segmento Sindicalizado	68
4.2.5.3. Segmento Competitivo	69
4.2.5.4. Segmento Artesanal	70
4.3. Implicaciones de las Teorías en la Expansión educativa dentro del contexto económico social	70
4.4. Teorías de la Educación enfocadas a la actividad turística	76
CAPÍTULO 5 CARACTERIZACIÓN DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA PLAN 1987 Y SUS IMPACTOS	78
5.1. Áreas Académicas	78
5.2. Descripción de la situación actual de la Licenciatura	80
6.1. Importancia de la Administración para el Turismo	85
6.1.1. Habilidades y Toma de Decisiones	87
6.1.2. Liderazgo	88
6.1.2.1. Tipos de Liderazgo	89
6.1.3. Areas que cubre un Administrador	89
6.2. Importancia del Administrador Turístico en el ámbito empresarial	91
CAPÍTULO 6 PLAN DE ESTUDIOS REESTRUCTURADO: JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	92
6.1. Los servicios	92
6.2. El sector económico de los servicios	95
6.3. Importancia de los servicios	96
6.4. Importancia de los servicios en la economía mexicana	100
6.5. Los servicios turísticos y su importancia en la economía nacional	103
6.5.1. Divisas	103
6.5.2. Producto Interno Bruto (PIB)	105
6.5.3. Empleos	106
6.5.4. Efectos multiplicadores	106
6.6. Efectos sociales y culturales del turismo	110
6.7. El Administrador Turístico de la Universidad Anáhuac	111

6.8. Política Educativa que regula la propuesta de reestructuración del plan de estudios	112
6.8.1 Turismo y educación	113
6.8.2 Antecedentes de la enseñanza turística en México	114
6.8.3. Evolución cuantitativa entre 1990 y 1995 de la educación turística en México	116
6.8.4. Evolución cualitativa entre 1990 y 1995 de la educación superior turística en México	117
6.8.5 Oferta educativa en turismo a nivel superior	118
6.9. Objetivos Generales de la Licenciatura	121
6.10. Metas de la Licenciatura	121
6.11. Perfil de Ingreso y de Egreso del Estudiante	122
6.12. Campo ocupacional del Egresado	125

CAPÍTULO 7 PROPUESTA DE DISEÑO CURRICULAR PARA LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

129

7.1. Características del currículo	
7.2. Diferencias en horas y créditos entre el plan propuesto y el plan 87	131
7.3. Ejes estratégicos de la Licenciatura	132
7.4. Tira de Materias de la Licenciatura. Formato del plan de Estudio	136
7.5. Programas Sintéticos	139
7.6. Equivalencias de materias entre el plan 87 y el plan propuesto	186
7.7. Metodología del trabajo docente recomendada en el proceso de Enseñanza – aprendizaje	190
7.8. Propuesta de evaluación en la Licenciatura	190
7.8.1. Criterios de calidad en el proceso enseñanza-aprendizaje	191
7.8.2. Evaluación de los aprendizajes logrados	192
7.9. Proceso de Titulación	193

CONCLUSIONES

194

BIBLIOGRAFÍA

199

ANEXOS

1. Instrumentos de prueba utilizados	204
2. Cruzamientos en el programa de MINITAB	215
3. Planes de Estudios de algunas escuelas seleccionadas	234

ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICAS

PÁGS.

CUADROS

1. Plan de Estudios 1987 de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac	23
2. Cuadro comparativo de planes de estudios con base en áreas de conocimiento y materias	52
3. Análisis de titulados de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac	83
4. Funciones de la Administración	86
5. Características de los líderes	88
6. Organigrama General de una Empresa	89
7. Evolución Histórica del concepto "Servicios"	94
8. Razones del crecimiento del sector servicios	97
9. Evoluciones de los sectores económicos	98
10. Participación de los servicios como porcentaje del PIB total en grupos de países 1965-1990	99
11. Estructura porcentual del PIB de cinco países de América Latina 1965-1990	100
12. Participación en el PIB de los sectores productivos México 1985-1993	101
13. Participación sectorial del empleo México 1900- 1993	102
14. Aportación del Turismo al PIB	105
15. Empleos generados por el sector Turismo 1990-1996	106
16. Impacto del Turismo Mundial	107
17. Aportación del Turismo Receptivo	108
18. Producto Interno Bruto de la rama de Restaurantes y Hoteles y de otras ramas y sectores de la Economía	109
19. Contribución del Sector Turismo a la Economía Nacional	109
20. Instituciones de Educación Superior	118
21. Licenciaturas relacionadas con el turismo	118
22. Deficiencia de egresados de la Escuela de Administración Turística en áreas particulares	127
23. Asignaturas, Créditos y horas/semana Plan Propuesto	131
24. Asignaturas, Créditos y horas/semana Plan 87	131
25. Mapa Curricular	134

GRÁFICAS

1. Distribución del sexo entre los alumnos entrevistados	25
2. Semestre en curso de los alumnos entrevistados	26
3. Opinión de los alumnos sobre el actual plan de estudios con relación a su Formación profesional	27
4. Capacidad de los alumnos para la resolución de problemas	27
5. Opinión de los alumnos sobre la existencia de materias en el plan de estudios que den una formación para la resolución profesional de problemas	28
6. Opinión de los alumnos respecto a la formación pedagógica de sus maestros	29
7. Opinión de los alumnos sobre la capacidad de la carrera, de prepararlos para El desempeño de las actividades profesionales propias de un Administrador Turístico	30
8. Distribución de sexo en egresados entrevistados	31
9. Aceptación de materias del actual plan de estudios con relación a la formación profesional	32
10. Deficiencias del Plan de Estudios 1987	34
11. Egresados de la escuela que se encuentran trabajando	34
12. Nivel de puestos de los egresados	35
13. Egresados de la escuela que trabajan en el sector turismo	35
14. Egresados a los que les gustaría trabajar en el sector turismo	36
15. Medios por los cuales los egresados encontraron su trabajo actual	37
16. Tipo de puesto que ocuparon los egresados, inmediatamente finalizando sus estudios	38
17. Egresados que tuvieron que tomar algún curso para poder realizar su trabajo	38
18. Opinión sobre la preparación que brinda la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac con relación a las demandas de trabajo	39
19. Deficiencias del Plan de Estudios 1987	40
20. Congruencia entre lo que la escuela ofrece al ingresar y lo obtenido al final de los estudios de Licenciatura	40
21. Seriación de materias del plan de estudios 1987 de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac	80
22. Cuerpo docente de la Licenciatura en Administración Turística	81
23. Grado Académico del cuerpo docente de la Escuela	81
24. Grado Académico de los maestro de planta	82
25. Evolución del Turismo Receptivo	108
26. Evolución del número de escuelas	116

INTRODUCCIÓN

México es un país con un gran potencial turístico, que incluye un patrimonio natural y cultural incomparable, una oferta de servicios diversificada y una infraestructura moderna, muy superior a la de otros países latinoamericanos. Por estas razones, las necesidades de contar con gente capacitada profesionalmente, con un nivel de actualización constante, son permanentes.

A partir de la premisa anterior, nació la idea de realizar una investigación evaluativa enfocada al plan de estudios de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

Se consideró que, la aceptación de la licenciatura en el mercado laboral depende en gran parte de las cualidades que los alumnos/as desarrollen como profesionales dentro de las empresas turísticas, siendo necesario conocer el punto de vista de la demanda, complementado con la opinión de los captadores de recursos humanos en turismo.

La presente investigación pretende evaluar el plan de estudios y su congruencia con las necesidades cambiantes del mercado laboral turístico, para lo cual se ha dividido en siete capítulos, que a continuación se comentan.

El primer capítulo de este reporte de la investigación realizada introduce la metodología utilizada para evaluar el plan de estudios 87, justificando la presencia de un análisis evaluativo como estrategia directa a aplicar si se desean cambiar o modificar currículos o planes de estudios.

El segundo capítulo trata sobre los antecedentes que dieron origen a la Universidad Anáhuac y a la Escuela de Administración Turística. En este apartado se expone la filosofía de la institución y cómo ésta, permea al interior de las diversas licenciaturas que ofrece, incluyendo la que nos ocupa.

En el capítulo 3 se presenta el diagnóstico de viabilidad de la propuesta de reestructuración del plan de estudios de la licenciatura en Administración Turística en el que se incluyen los resultados de la investigación evaluativa, considerando el trabajo de campo con alumnos/as, egresados/as, docentes y empresas relacionados con la licenciatura de Administración Turística y su plan 87.

Dentro de estos resultados se incluye un trabajo de interpretación mediante la utilización de un programa de cómputo denominado MINITAB que permite realizar cruzamientos de datos.

Estos cruzamientos derivan en conclusiones que confirmarán la necesidad de cambiar el plan de estudios 87, generando un nuevo plan de estudios, más acorde con las necesidades actuales de la demanda y oferta turísticas.

En el cuarto capítulo se describen algunas de las más importantes teorías económicas relacionadas con la educación, que funciona como un marco teórico, que de alguna manera justifica la presencia de una licenciatura como la de Administración Turística dentro de un contexto económico-social. Se considera que la relación entre economía y educación siempre resulta importante comentarla, cuando se trata de analizar y evaluar planes de estudios.

Se expone la organización actual de la Escuela, así como la presentación del actual plan de estudios, plan 87; objeto de la investigación evaluativa en el quinto capítulo. Dentro de este capítulo se describe el área de impacto de la licenciatura en Administración Turística resaltando que se entiende por administración, liderazgo, y toma de decisiones; palabras clave para la formación de un profesional en la administración turística y que dan estructura a un plan de estudios.

Una vez desarrollada la fundamentación teórica y referencial de la investigación se procede a describir la propuesta curricular iniciando con la justificación de reestructuración del plan de estudios. En este apartado se habla de los servicios y el turismo desde una perspectiva económica, resaltando su importancia como actividades generadoras de empleos, que contribuyen significativamente a la conformación del Producto Interno Bruto de cualquier país y buscando evidenciar la "terciarización" que vivimos hoy en día. El turismo forma parte de esta terciarización.

A continuación se presenta una revisión sobre la educación superior en turismo en México, subrayando la importancia que ésta, tiene en nuestro contexto.

Es precisamente, en el capítulo 7 donde, se presenta una propuesta de un nuevo plan de estudios para la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac que represente una respuesta efectiva a las necesidades actuales y futuras que origina la actividad turística, bajo los fundamentos y valores propios de la Universidad Anáhuac.

Esta propuesta no es un cambio total en el plan de estudios actual, puesto que éste, ha cubierto en términos globales, a la fecha, las expectativas tanto de la demanda estudiantil como de la oferta de servicios turísticos. Esta propuesta es más bien, una reestructuración a dicho plan, que intenta incorporar los cambios del turismo y que permitirá a los egresados, enfrentarse efectivamente a los retos futuros, ejerciendo su papel de líderes de la actividad, en cualquier ámbito laboral en que se desarrollen.

Para finalizar, se desea dejar de manifiesto un agradecimiento, a todas aquellas personas e instituciones que han contribuido para la consolidación y culminación de este trabajo de investigación.

Primeramente a todos los alumnos/as, egresados/as, docentes y empresas que amablemente cooperaron en la investigación de campo.

Se agradece especialmente a la Maestra Guadalupe Quintanilla Calderón quien con la mejor disposición condujo este trabajo; al ingeniero Oscar Ibarra Martínez por su asistencia en el trabajo de análisis mediante el programa de MINITAB; a la maestra Loris Estefan por su apoyo incondicional en cuanto a la disponibilidad para el manejo de la información; a la Dra. Norma Georgina Delgado por sus atinados comentarios para la mejor presentación de los contenidos del estudio, y a la Lic. Claudia Amezcua por su colaboración para la ejecución, análisis e interpretación de la información producto de la investigación de campo.

CAPÍTULO 1 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO DE ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

El presente estudio está integrado por varias etapas de elaboración: investigación, diagnóstico, analogía del objeto de estudio y la propuesta de reestructuración del Plan de Estudios de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

El espíritu que guía la reformulación del plan de estudios es el avance vertiginoso y acelerado de los contextos de la vida actual, ello obliga a constantes revisiones de los quehaceres que cotidianamente desempeña una sociedad, sobre todo cuando éstos, se ubican en el ámbito académico. Tal es el caso que alberga el presente documento, producto de la reflexión y el análisis sobre el diseño curricular implantado en la Licenciatura en Administración Turística, las acciones docentes desarrolladas y los impactos logrados en el campo real de trabajo de los alumnos y alumnas egresados de la Universidad Anáhuac.

La problemática se encuentra centrada en la validez que actualmente puede tener para el ámbito de trabajo en el área del turismo, el plan de estudios vigente (1987). Asimismo, los impactos que genera el alumnado convertido en profesionales y que prestan sus servicios en el sector.

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

- Con base en una investigación evaluativa del plan vigente de estudios 1987, realizar la formulación de la reestructuración de la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO:

- Realizar una investigación evaluativa del plan de estudios 1987, de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac.
- Diseñar, pilotear y aplicar un instrumento de captura de datos.
- Analizar e interpretar los resultados obtenidos en la encuesta.
- Elaborar un diagnóstico en torno a la problemática detectada.
- Formular una propuesta de reestructuración curricular del plan de estudios vigente.

A partir de tales objetivos se plantea como hipótesis la siguiente:

El perfil del egresado de la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac no es congruente con las características que el mercado de trabajo demanda porque el plan de estudios vigente, 1987, ya no satisface las necesidades que genera la actividad turística actual.

La hipótesis central del estudio se generó a partir de las observaciones y conocimiento que proporciona la experiencia de trabajo a lo largo de 6 años en la institución y que permitió asegurar que El plan de estudios 1987 de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac, resulta obsoleto, por lo que es necesario reestructurarlo, adecuando el currículo en teoría y práctica a las necesidades que se establezcan actualmente por las nuevas políticas de competencia laboral, generando con ello, calidad en la enseñanza que se proporciona a las nuevas generaciones de profesionales en la licenciatura mencionada.

1.2 ANTECEDENTES QUE GENERARON LA NECESIDAD DE LLEVAR A CABO LA INVESTIGACIÓN EVALUATIVA

La Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac fue fundada en 1975 para satisfacer las necesidades crecientes de demanda de personal especializado a nivel superior por las diferentes áreas que conforman la actividad turística. La Escuela ha tenido un continuo desarrollo, lo que ha permitido su posicionamiento en la formación de líderes profesionales para la administración turística.

Actualmente la población de la Escuela de Administración Turística representa el 5% de la población total de la Universidad.

A la fecha de realización de esta investigación (1996), habían egresado aproximadamente 900 alumnos/as, de los cuales el 49.7% se encuentran titulados.

En los capítulos posteriores se intentará resaltar que el turismo es una actividad preponderante en la economía mundial. En el caso de México, la actividad turística se ubica entre los fenómenos que requieren mayor impulso y prioridad nacional, constituyendo uno de los sectores con más posibilidades de desarrollo en un futuro inmediato y a largo plazo.

Frente a esta perspectiva, la empresa turística requiere cada vez más individuos preparados, profesionistas íntegros que posean una sólida formación humana, una gran conciencia social y vocación de servicio, capaces de responder eficientemente a los retos planteados a través de la administración turística.

Las proyecciones globales realizadas por la Organización Mundial del Turismo apuntan que para el año 2005 el turismo generará \$7,200 billones de dólares brutos, además de proveer empleos directos e indirectos para 305 millones de trabajadores, y de contribuir con el 11.4% del Producto Interno Bruto mundial.¹

Estimaciones similares son proporcionadas por otras organizaciones, incluyendo el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) cuyas proyecciones indican que entre 1995 y 2005, el turismo contribuirá a la creación de 125 millones de empleos adicionales a los existentes².

Esta organización predice que para el año 2005, los empleos relacionados a la actividad turística representarán el 11.5% del empleo en general a nivel mundial³.

1.2.1. DEFICIENCIAS GENERALES EN LOS PLANES DE ESTUDIOS ACTUALES

Un estudio conducido por American Express arrojó como resultado que, en Latinoamérica en general, más del 50% de empresas turísticas de diversos giros señalaron la dificultad que tienen para conseguir directivos calificados; más del 40% las tienen para empleados especializados, y los empresarios consideran que en general los conocimientos de los futuros empleados en la actividad turística son deficientes en cuanto a lenguas extranjeras, mercadotecnia y uso de herramientas tecnológicas, además de que el nivel de servicio hacia el cliente se podría calificar como insuficiente dado el desconocimiento que se tiene sobre el consumidor procedente de culturas y países diferentes.⁴

Así mismo, la Subcomisión de Nivel Superior del Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo y la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo encontraron los siguientes hallazgos en la investigación que realizaron analizando los planes curriculares relacionados con el turismo, de las Instituciones de Educación Superior a nivel nacional:

- 1) El nombre asignado a las carreras no refleja diferencias en su contenido curricular.
- 2) El estudio del turismo como tal es sumamente limitado en los programas existentes.
- 3) Al estudio del idioma inglés se le asigna una importante carga crediticia al interior de los programas de estudio, lo que impide la utilización de esas horas dedicadas al idioma, para el estudio de otros temas relacionados con el campo de actividad.

¹Cfr.Organización Mundial del Turismo *Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un desarrollo sustentable del medio ambiente*. Madrid, España, 1995.

²Cfr.Consejo Mundial de Viajes y Turismo. *Turismo: Progreso y Prioridades*. Bruselas, 1995.

³Cfr.Consejo Mundial de Viajes y Turismo. *Viajes y Turismo en el Reino Unido: una nueva perspectiva económica*. Bruselas, 1995.

⁴ Cfr.Fundación American Express. *Trabajos para el milenio*. México, 1996.

- 4) Las áreas de humanística y ciencias sociales aparecen muy reducidas o bien con objetivos confusos en términos de conocimientos, habilidades y actitudes a desarrollar por los estudiantes.

El estudio sobre profesiones en México, que realizó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en 1990, muestra que hasta esa fecha existían en el país 8,785 profesionistas en turismo que cursaron más de cuatro años de educación superior cuyo nivel de incorporación al mercado de trabajo fue de 13%, esto se debe en parte por la falta de congruencia entre la oferta de empleo y los programas educativos.

1.2.2 RECOMENDACIONES PARA EL DISEÑO DE PLANES CURRICULARES EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

El líder de la empresa turística requiere de una comprensión del entorno global, basado en el conocimiento de cada campo y el de su relación recíproca. Más que un especialista en cualquiera de las áreas que conforman la empresa turística, se requiere de una visión integradora, de un enfoque holístico que potencie a la empresa como un todo, la diferencia radicará en la capacidad, nivel de compromiso y vocación de servicio del elemento humano.

De acuerdo con las necesidades anteriores, los organismos mencionados en el apartado anterior concluyen que para el diseño de los planes curriculares se debe considerar que:

1. Los campos de actividad definidos para las carreras relacionadas con el turismo son:

- 1.1. Administración de Empresas Turísticas

- 1.2. Hotelería y/o Restaurantería

- 1.3. Turismo

2. Los contenidos mínimos comunes para los tres campos de actividad requeridos en cualquier programa de estudios son:

- 2.1. Informática. Sistema operativo, procesador de textos, hoja de cálculo y base de datos.

- 2.2. Humanidades. Las asignaturas de apoyo formativo, desarrollo integral y/o que dan identidad a las instituciones educativas no deben contemplarse como contenidos comunes.

- 2.3. Investigación. Técnicas de estudio, metodología de la investigación, análisis de casos, prácticas de campo, seminarios y talleres de titulación y estadística aplicada al turismo.

- 2.4. Turismo. Patrimonio, cultura, planificación, comercialización, transportación, hospedaje, alimentación y recreación.

2.5. Administración básica. Proceso administrativo, recursos humanos, teorías y enfoques administrativos y desarrollo organizacional.

2.6. Optativas. Debe considerarse la existencia de asignaturas optativas en las que se incluya el estudio de aspectos regionales y se desarrollaron cursos, seminarios, ciclos de conferencias de carácter complementario.

2.7. Inglés. El dominio de este idioma debe ser requisito para otorgar la carta de pasante y para la titulación. Se requiere acreditar la comprensión, traducción y conversación de este idioma.

2.8. Formación en la práctica. Periodo de observación, de estudio, de investigación o de especialización, realizado en una empresa o institución por un estudiante regularmente inscrito. Deberá formar parte del ciclo normal de estudio, tener carga crediticia y ser planeado, organizado y evaluado por la escuela en coordinación con la empresa.

- Prácticas de observación. Visitas a empresas del sector con el propósito de identificar la estructura, los procedimientos y el tipo de servicios que ofrecen.
- Prácticas de simulación. El estudiante es inducido a la práctica profesional a través de la simulación y ejemplificación de situaciones y procesos propios de la realidad laboral llevada a cabo en los talleres y laboratorios de la institución.
- Prácticas de familiarización. Asistencia regular del estudiante a la empresa participando en las tareas de ésta, de conformidad con los objetivos de aprendizaje definidos conjuntamente por la empresa y la escuela
- Prácticas de especialización. En éstas, el estudiante se orientará hacia un área funcional determinada, para la aplicación integral de los conocimientos.

3. Las licenciaturas en administración de empresas turísticas deben tener:

- Un contenido curricular del 40% o más de asignaturas relacionadas con la administración, entendiéndose por éstas las siguientes: Administración, Contabilidad, Finanzas, Mercadotecnia, Informática y Matemáticas.
- Deben reflejar un mínimo del 20% de su contenido curricular en asignaturas relacionadas con las empresas y la actividad turística y un máximo de 20% en asignaturas de apoyo formativo.

4. El egresado del campo de administración de empresas turísticas desarrollará las siguientes funciones:

- Proponer alternativas a problemas administrativos referentes a la mercadotecnia, finanzas y recursos humanos y sobre los procesos administrativos relacionados con la operación de empresas del sector turismo.

- Tomar decisiones administrativas fundamentadas en análisis cuantitativos y cualitativos.
- Identificar propósitos y definir objetivos a corto, mediano y largo plazo en organizaciones de servicios turísticos.
- Aplicar los ordenamientos legales y mercantiles para la toma de decisiones en empresas.
- Planear y operar programas de compras y abastecimientos de recursos materiales y perecederos que se requieren para la operación de servicios turísticos.
- Aplicar los conceptos y principios básicos del proceso administrativo para la administración de personal, su capacitación y desarrollo.
- Diseñar y operar campañas de promoción y comercialización de empresas turísticas.
- Diseñar e implantar procesos operativos de información.
- Dirigir auditorías a empresas turísticas.
- Aplicar procesos matemáticos para dar solución a problemas financieros y administrativos de las empresas turísticas.
- Aplicar principios de estadística como herramienta de apoyo para el análisis de problemas y toma de decisiones.
- Manejar sistemas de cómputo aplicables a la operación de empresas del sector turismo.
- Proponer alternativas de sistemas de información para la operación de las empresas.
- Valorar la importancia del fenómeno turístico en sus aspectos económicos, sociales, culturales y de desarrollo del país.
- Desarrollar una visión sobre las tendencias del turismo.
- Identificar las características de los componentes del mercado turístico.
- Analizar el impacto de la administración de las empresas prestadoras de servicios en el desarrollo de la actividad turística.
- Aplicar el proceso administrativo para la operación de establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas e identificar la organización funcional de las áreas que los componen.

- Aplicar el proceso administrativo a la operación de establecimientos de hospedaje e identificar la organización funcional de las áreas que los componen.
- Aplicar el proceso administrativo a la operación de agencias de viajes y la identificación de la organización funcional de las áreas que las componen.
- Interactuar y atender turistas extranjeros en idioma inglés.

5. El plan curricular de la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas debe abarcar:

- Administración
- Contabilidad y Finanzas
- Matemáticas y Estadística
- Informática
- Mercadotecnia
- Economía
- Hotelería
- Alimentos y bebidas
- Agencias de viajes y servicios turísticos
- Derecho
- Prácticas de observación, simulación, familiarización y especialización.

La carga de cada una de estas áreas será definida por cada Institución Educativa.

1.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN EVALUATIVA

La investigación evaluativa consiste en un proceso sistemático de recogida y análisis de información como soporte para tomar decisiones sobre programas educativos, es por tanto, una investigación orientada a decisiones.⁵ En el presente caso, como ya ha sido indicado, se ha dirigido esta investigación a evaluar el plan de estudios 1987 de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac con respecto a las expectativas del mercado laboral turístico. De esta manera se obtienen conclusiones fundamentales para la toma de decisiones con respecto a dicho plan y la posible integración de un nuevo currículo que satisfaga tanto las necesidades de los alumnos que han decidido cursar la Licenciatura en la Universidad Anáhuac, como las del mercado laboral turístico; sin perder el fundamento institucional que marca la propia Universidad.

Vale la pena señalar que una investigación evaluativa debe satisfacer los siguientes criterios:

⁵ Cfr. Rafael Bisquerra. *Métodos de Investigación Evaluativa. Guía Práctica*. Pág. 142

1. Utilidad. Debe ser informativa y útil para las personas involucradas
2. Factibilidad. El diseño debe ser apropiado y posible de aplicarse
3. Precisión. Debe proporcionar información válida, fiable y comprensible⁶

1.3.1 UNIVERSO O POBLACIÓN

Fueron seleccionados cuatro universos, que a continuación se comentan:

- Alumnos. Se consideraron a los alumnos inscritos en, séptimo y octavo semestres del periodo Agosto- Diciembre 1996 de la licenciatura. El total fue de 74 personas.
- Egresados. Se consideraron a los egresados de la licenciatura que cursaron el plan 87, lo cual dio un total de 385 egresados a agosto de 1996. Debido a la dificultad para entrevistar a los 385 sujetos, se decidió aplicar un muestreo probabilístico estratificado, que dio como muestra un total de 70 personas.
- Profesores.- Se contó con la participación de la totalidad de los profesores que a Agosto de 1996 se encontraban impartiendo clases en la Escuela. El total fue de 36.
- Empresas. Para efectos de la investigación se tomo en cuenta a las empresas en donde se tiene conocimiento de la existencia de un número significativo de egresados de la Escuela. Esta muestra se considera limitada, pero representativa de la realidad de la empresa turística actual. El total de empresas fue de 7.

Se aplicaron 10 cuestionarios piloto a alumnos con el objeto de probar la eficacia del cuestionario, una vez detectadas y corregidas las deficiencias del mismo, se procedió a aplicar los cuestionarios definitivos a los alumnos de 7° y 8° semestres.

Debido a que esta investigación trata de evaluar el plan de estudios 1987 de la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac, en el caso de los egresados, se consideraron aquellos que cursaron este Plan, por lo que no se tiene registro de egresados de generaciones anteriores.

Se aplicaron 15 cuestionarios piloto a egresados de diferentes generaciones para probar la eficacia del cuestionario.

Ya con el cuestionario definitivo, se dividió la muestra estratificadamente dependiendo del número de egresados en cada generación y se llegó a un total de 70 egresados entrevistados. Las entrevistas se hicieron vía telefónica en su mayor parte y en algunos casos personalmente.

⁶ Idem. Pág. 143

Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula probabilística de aproximación a la distribución normal, utilizando un 85% de confiabilidad, 5% de máximo error permitido, y 70% de probabilidad a favor de que la hipótesis planteada fuera válida. Con estos datos se obtuvo un total aproximado de 70 entrevistas. La estratificación se manejó de la siguiente manera:

Generación	Total Universo	Total Muestra/ cuestionarios aplicados
87-91	40	6
88-92	41	6
89-93	71	15
90-93	20	3
90-94	57	10
91-94	18	3
91-95	68	15
92-95	26	5
92-96	44	7
Total	385	70

En el caso de los maestros, no se hicieron cambios al cuestionario piloto, por lo que quedó como definitivo, se aplicaron a la totalidad de los maestros impartiendo clases en el semestre Enero - Agosto de 1996 sumando un total de 36 cuestionarios, los cuales fueron repartidos personalmente a cada uno de los maestros.

En el caso de las empresas, ya se comentó que, se consideraron únicamente aquellas en las cuales hay egresados que cursaron el Plan 1987 de la licenciatura.

1.3.2 TÉCNICA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

La técnica que se eligió para realizar la investigación evaluativa fue la encuesta, empleando como instrumentos de prueba, cuestionarios con preguntas diversas, tanto abiertas como cerradas, y guías de entrevista con preguntas fundamentalmente abiertas y de opinión (Ver Anexo 1).

Para el análisis e interpretación de datos captados en la encuesta, se utilizó el análisis cruzado de datos, recurriéndose al apoyo del programa MINITAB.

Los resultados del trabajo de campo se encuentran ubicados en el capítulo 3 de presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES DE LA INSTITUCIÓN Y DEL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE

2.1 ANTECEDENTES DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

La Universidad Anáhuac se funda en 1964 por el Padre Marcial Maciel, líder de los Legionarios de Cristo, en una casa ubicada en la colonia Lomas Virreyes de la ciudad de México.

En aquel entonces se contó con apenas 48 alumnos, en dos licenciaturas: Administración de Empresas y Economía.

Bajo la rectoría del Padre Faustino Pardo, en los siguientes años se abren nuevas licenciaturas: Psicología y Ciencias Humanas en 1965, y Arquitectura y Derecho en 1966.

Paralelamente, y gracias a importantes hombres de empresas mexicanas se inicia la construcción de las nuevas instalaciones en Lomas Anáhuac.

El año de 1968 es especialmente significativo ya que se gradúa la primera generación de estudiantes Anáhuac, se inaugura el nuevo campus el día 4 de Junio y se abren las licenciaturas de Contaduría Pública, Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánico - Eléctrica y Lenguas Modernas.

En el año de 1981, la Universidad Anáhuac obtiene la autonomía y validez oficial de estudios.

Así mismo, ha dado origen a otras tres universidades en México: la Universidad Anáhuac del Sur en el Distrito Federal, la Universidad del Mayab en Mérida, Yucatán, y la Universidad Anáhuac en Jalapa, Veracruz.

Paralelamente a esta extensión académica, se ha dado un desarrollo ininterrumpido de sus recursos, lo que hoy le permite contar con una sólida infraestructura educativa que

brinda oportunidades únicas para el crecimiento intelectual, científico y humanístico de su alumnado.

La Universidad cuenta actualmente con 21 licenciaturas, 18 especialidades, 21 diplomados, 18 maestrías, 2 masters y 2 doctorados.

El lema de la Universidad Anáhuac es **Vince in Bono Malum**, el cual es la síntesis de la filosofía de la Universidad:

Un programa de acción positiva para vencer el mal de la ignorancia con el bien de la ciencia, el mal de la improvisación con el bien del profesionalismo, el mal del materialismo práctico con el bien del humanismo que reconoce la naturaleza espiritual de la persona humana.

La misión de la Universidad Anáhuac consiste en:

Facilitar el proceso de formación y desarrollo de personas íntegras que por su excelente preparación profesional y cultural, por su profunda formación humana y moral inspirada en los valores perennes del humanismo cristiano, por su genuina conciencia social y por su capacidad de liderazgo y de acción positiva, promuevan el auténtico desarrollo del ser humano y de la sociedad.

Para lograr esta misión, la Universidad Anáhuac se fundamenta en los más altos valores y concepciones de la persona, de la sociedad y de la vida, y busca poner a disposición de sus estudiantes los mejores medios educativos para proporcionar la excelencia como aspiración y forma de vida.

El modelo educativo de la Universidad valora la teoría y la práctica y toma en cuenta el hecho fundamental de que la educación universitaria en nuestros días tiene que estar estrechamente vinculada al medio profesional y empresarial.

Las autoridades universitarias señalan que el compromiso de la Universidad Anáhuac ha sido y será el de formar líderes que destaquen en su actividad profesional tanto por su formación como por sus valores humanos.

2.2 ANTECEDENTES DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

La licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac fue creada en 1975 para satisfacer la creciente demanda de personal especializado de nivel superior en las diferentes áreas que conforman el sector turismo. La licenciatura ha tenido un desarrollo creciente a partir de aquel año, lo que ha permitido su reconocimiento y posicionamiento en la formación de líderes profesionales para la administración turística.

La creación de esta licenciatura se inicia el 14 de Agosto de 1975 con 36 alumnos, la cual en ese tiempo era dependiente de la Escuela de Contaduría y Administración, con planes y programas de la Escuela de Administración incorporada a la UNAM y con tronco común a las Licenciaturas de Administración e Informática. En Enero de 1976 se modifican los programas de estudio adecuándose a las necesidades específicas de la licenciatura. En 1977, se divide el tronco común por licenciaturas y por otro lado se crea una subdirección en Administración Turística a cargo del Licenciado Guillermo Ureña G. En este mismo año se hace una modificación en los programas de estudio y se da un retraso en la aprobación de planes y programas así como de la incorporación a la S.E.P. lo que ocasiona el cambio de varios alumnos a la Licenciatura de Administración de Empresas.

En 1978 hay un cambio importante ya que de ser Administración de Empresas Turísticas, pasa a ser Administración Turística. Es en este mismo año cuando se realiza la primera semana de Turismo a nivel interno y se presenta el plan y los programas de estudio a las autoridades de la S.E.P. Para 1979 se consolida la primera generación de la licenciatura con 20 alumnos y nace formalmente la coordinación de prácticas de campo.

En 1980 se obtiene el reconocimiento de validez oficial para los estudios de la Licenciatura en Administración Turística, según acuerdo No. 80216 de fecha 2 de Diciembre. Por otro lado se colabora con el D.D.F. en varios eventos y es el 4 de Julio de 1980 cuando se otorga el primer título de Licenciado en Administración Turística.

El 10. de Agosto de 1981 se nombra al Licenciado Lorenzo Salsamendi Rius subdirector de la licenciatura.

En 1984 se crea la escuela de Administración Turística separándose de la escuela de Administración y Contaduría y se nombra como director, al ya mencionado, Licenciado Lorenzo Salsamendi Rius.

Por otra parte, se realiza la semana de Turismo del 4 al 7 de Diciembre y se lleva a efecto el primer seminario de hotelería en colaboración con la cadena Sheraton efectuándose en Ixtapa- Zihuatanejo, Guerrero. Se realizan planes y programas de estudios con base cuatrimestral los cuales nunca fueron autorizados, aplicándose las modificaciones de actualización al plan semestral vigente. También se delimitan las áreas académicas nombrándose los coordinadores respectivos y se realiza el proyecto de laboratorios.

En Febrero de 1985 se inauguran los laboratorios de Alimentos, Bebidas y Hospedaje.

En 1987 es autorizado el nuevo plan de estudios, el cual se implementa en agosto de ese mismo año. Un poco más adelante se realiza el III seminario de Hotelería en la Mansión Galindo en Querétaro.

Para 1988 se inicia el programa de posgrado con el lanzamiento del Diplomado en Turismo y Desarrollo con 50 alumnos/as y es en este año cuando se inician los cursos de verano. En este mismo año se crea el Centro de Investigaciones en Turismo, CIENTUR, el cual es el primero en su tipo en el país.

En 1989 se obtiene la autorización por parte de la S.E.P. para alcanzar la titulación a través de un examen de conocimientos generales como otra modalidad, además de la titulación tradicional por medio de la tesis.

En 1990 se firma el convenio entre la Universidad Anáhuac y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR), y se crea el Diplomado en Innovación y Desarrollo de Empresas Turísticas. Por otra parte, son presentados en enero los primeros 19 exámenes profesionales bajo la modalidad de conocimientos generales. Por último, en ese mismo año, se crea el Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos y se abre por vez primera un grupo en Enero, con 46 alumnos.

En Febrero de 1995, toma la dirección de la escuela la Maestra Loris Estéfan Chaul.

En Enero de 1996, se crea la coordinación para el Laboratorio de Alimentos y Bebidas, ya que uno de los objetivos del área de Alimentos y Bebidas, es dar el servicio de banquetes dentro de la Universidad así como impartir cursos de extensión.

En este mismo año se remodelan dichos laboratorios y se generan proyectos para establecer convenios con escuelas internacionales de cocina. El 28 de Octubre se hace la inauguración oficial de los Laboratorios de Alimentos y Bebidas recientemente remodelados.

En Septiembre de 1995 se realiza la primera Feria Gastronómica con el objetivo de dar imagen a la escuela, promover la integración de los alumnos/as y generar un mayor contacto con las empresas del Sector Turístico. En el marco de esta feria, se lleva a cabo el primer Seminario en Administración Restaurantera.

En este mismo año se firma un convenio con el Hotel Marquis Reforma y otro con Grupo Loredo con el propósito de extender el área de prácticas de la escuela. Por otro lado se contrata un nuevo Cheff profesional, quien cambia el programa y las recetas del laboratorio de Alimentos y Bebidas con el fin de que los alumnos tengan una mejor visión de esta área.

En Marzo de 1997 se realiza la segunda Feria Gastronómica y el segundo Seminario en Administración Restaurantera con el apoyo de la Camara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).

Un año más tarde, se firma el convenio con una de las instituciones educativas más importantes en la enseñanza de la gastronomía y la administración de restaurantes a nivel mundial, Le Cordon Bleu de Paris.

Es así como la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac se ha consolidado como una de las Instituciones educativas de mayor prestigio en la enseñanza de la administración con especialidad en el turismo y los servicios.

2.3. MODELO INSTITUCIONAL DENTRO DEL CUAL SE INSCRIBE LA REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANAHUAC.

Dentro del ámbito actual, en el cual se establece toda una modalidad de intercambio comercial internacional y bajo concepciones de “aldeas globalizadoras” sin fronteras objetivas, con modelos de desarrollo económico-sociales fundamentados en el neoliberalismo, la sociedad mexicana se debate, entre una escuela tradicional y una escuela que propicie las habilidades de trabajo necesarias para ingresar con una población económicamente activa (PEA), al mundo de la competencia laboral que asegure el empleo, y que en consecuencia, obtenga óptimas retribuciones que le permitan al mexicano promedio elevar su nivel de vida.

La educación superior ha generado por largo tiempo la expectativa de ascenso dentro de los paradigmas sociales, sobre todo cuando el Estado ha promovido la inversión en Capital Humano, buscando elevar los conceptos de movilización social más aceleradamente.

En el Plan Nacional de Desarrollo se cita:

“ El sistema de educación superior ha contribuido notablemente a la transformación de México y al enriquecimiento cultural del país, a la edificación de nuestras instituciones y de la infraestructura material y de servicios. En muchos sentidos, la distancia que media entre el México de hace ocho décadas y el de nuestros días, encuentra explicación en los frutos de la educación superior. Las condiciones de la sociedad actual demandan un impulso extraordinario a la educación media superior y superior. Para hacer más competitiva internacionalmente nuestra industria y nuestros servicios, requerimos profesionistas y técnicos responsables que tengan una preparación que sea competitiva...”⁷

⁷ PODER EJECUTIVO FEDERAL. Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Pág.88

Bien es cierto, que tanto instituciones públicas y privadas han asumido el reto demandado, en ello; se han comprometido amplios sectores sociales buscando, con acciones convenidas, impulsar el desarrollo y la formación de elementos humanos que puedan insertarse con mayor preparación profesional al mercado de trabajo.

Esto ha significado esfuerzos que tiempo atrás fueron delineados sobre todo dentro del Sexenio del Lic. Carlos Salinas de Gortari ya que:

El programa para la Modernización Educativa 1989-1994 retomó en su capítulo de Educación Superior, varios de los postulados y políticas que habían sido expresados en el Programa Integral para el Desarrollo de la Educación Superior (PROIDES). De este modo, la política nacional de los últimos diez años ha dado mayor énfasis al fomento de la calidad académica...⁸

Fomentar la calidad académica de las Instituciones de Educación Superior conlleva el proceso eficaz para consolidar el modelo económico de México permitiendo a la vez, que las nuevas generaciones sean menos susceptibles a la búsqueda de elementos de culpabilidad por no brindarle la sociedad, el impacto positivo de justo salario a sus esfuerzos realizados en la conformación profesional, ya que ello dependerá también de sus niveles de competencia, los cuales con una formación académica de calidad, superarán los ya famosos esquemas de simulación e improvisación profesional en el contexto del trabajo.

La Universidad Anáhuac, comprometida con las políticas educativas del país y atendiendo a los conceptos ya expuestos, ha generado la idea de reestructurar el Plan de Estudios inherente a la carrera de Administración Turística. Ello con la finalidad de encaminar acciones hacia la conformación de cuadros humanos requeridos en la sociedad mexicana del nuevo milenio.

2.4. MARCO JURÍDICO DE LA EDUCACIÓN TURÍSTICA

La Ley Federal de Turismo publicada en el Diario Oficial de la Federación el 31 de Diciembre de 1992, así como su reglamento del 29 de abril de 1994, dan marco jurídico a las acciones de educación turística

⁸ PODER EJECUTIVO FEDERAL. Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000. Pág.137

También se consideran en este apartado algunos lineamientos derivados de la Ley General de Educación del 9 de julio de 1993 y el reglamento interior de la Secretaría de Educación Pública del 26 de marzo de 1993.

Las Bases de Coordinación que para la formulación de Programas de Educación, Capacitación y Actualización en materia turística, establecen la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Turismo en el diario Oficial de la Federación del 14 de julio de 1989, forman también parte del marco jurídico de estas acciones.

2.4.1 LEY FEDERAL DE TURISMO

Los Artículos 30 y 31 de esta Ley facultan a la Secretaría de Turismo para participar en la elaboración de programas de capacitación turística y para promover en coordinación con otras dependencias y los gobiernos estatales, organismos públicos y privados y organizaciones sociales, el establecimiento de escuelas y centros de educación y capacitación para la formación de profesionales y técnicos en ramas de la actividad turística, así como la vinculación de la Dirección General de Capacitación y Educación Turística (DGCET) con el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) para realizar acciones para mejorar y complementar la enseñanza turística de nivel superior y de posgrado dirigida al personal directivo de instituciones públicas, privadas y sociales.

Estas disposiciones pudieran interpretarse como la facultad de la SECTUR para promover la apertura de más centros educativos dado que no menciona las condiciones cualitativas y de distribución regional que deben considerarse para la apertura de centros educativos.

Por otra parte pudiera entenderse una duplicidad de funciones entre las atribuciones de la DGCET y las del CESTUR, dado que al parecer ambas dedican parte de sus esfuerzos al mejoramiento de los programas académicos de nivel superior.

Estas posibles confusiones, en su intención de ser tan amplias para contener todas las actividades de la DGCET dejaron grandes problemáticas por resolver.

Por su parte, el Reglamento de la Ley Federal de Turismo no menciona, en ninguno de sus artículos, disposiciones referentes a la Educación Turística y se concentra en las disposiciones para reglamentar los servicios turísticos, lo que conlleva a que las lagunas antes mencionadas se mantengan en este status.

2.5 PERFIL DEL ADMINISTRADOR TURÍSTICO DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

El estudiante que aspira a obtener el título de Administrador Turístico debe poseer un conocimiento profundo de la administración y funcionamiento de las instituciones y empresas turísticas, en el contexto de la evolución nacional e internacional de dicha actividad.

Por consiguiente, las cualidades básicas requeridas en un estudiante de esta licenciatura son:

- Hábitos de investigación y estudio
- Capacidad para el análisis crítico de situaciones
- Facilidad para el trabajo en equipo
- Facilidad para el aprendizaje de idiomas
- Habilidad para identificar e instrumentar propuestas
- Mentalidad con apertura a los cambios

2.5.1 IMPORTANCIA Y CAMPO DE TRABAJO PARA EL ADMINISTRADOR TURÍSTICO DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

El turismo es la primera actividad comercial en el planeta. En el caso particular de México, esta actividad se ubica entre los fenómenos de mayor impulso y prioridad nacional, constituyendo uno de los sectores con más posibilidades de crecimiento a futuro, este impacto del turismo para la vida nacional es notorio debido a su relevancia en distintos ámbitos, como son: el económico, social, cultural y físico- ambiental.

La relevancia de esta actividad también se refleja a nivel de empleos; en este ámbito, el turismo es una de las mayores generadoras de fuentes de trabajo a nivel mundial, ya que se estima, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, que cerca del 10% de la fuerza laboral mundial se encuentra empleada en la actividad.

El campo de trabajo de los administradores turísticos abarca instituciones como la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y Direcciones Estatales del Turismo, así como empresas hoteleras, agencias de viajes, restaurantes, centros nocturnos, transportes y consultorías en proyectos de inversión entre otras. Estas instituciones tienen una gran necesidad de ser dirigidas con una administración efectiva en cada una de sus áreas, y con tomadores de decisiones que garanticen su desarrollo en el mercado y la sociedad.

CAPÍTULO 3

DIAGNÓSTICO DE VIABILIDAD DE LA PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

3.1 PLAN DE ESTUDIOS 1987

En primer término se presenta el plan de estudios que actualmente opera, mismo que, como ya ha sido indicado fue reestructurado en el año de 1987.

CUADRO 1. Plan de Estudios 1987 de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac

UNIVERSIDAD ANÁHUAC ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS (1987)	
PRIMER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Lógica Matemática y Álgebra • Contabilidad Básica I • Introducción a la Administración • Introducción al Estudio del Derecho • Metodología y Técnicas de Investigación • Introducción al Turismo • Informática • Técnicas de la Comunicación 	QUINTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Investigación de Operaciones • Finanzas II • Mercadotecnia II • Microeconomía • Servicio y Tecnología de Alimentos y Bebidas • Sociología • Laboratorio de Alimentos y Bebidas I • Textos Fundamentales de la Historia II
SEGUNDO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Toma de Decisiones • Contabilidad Básica II • Proceso Admvo. Y áreas funcionales • Sistemas Turísticos • Derecho Mercantil • Tecnología del Hospedaje • Informática II • Laboratorio del Hospedaje I 	SEXTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Finanzas III • Mercadotecnia III • Comercio Internacional • Administración de Alimentos y Bebidas • Planificación y Desarrollo • Administración Pública • Laboratorio de Alimentos y Bebidas II • Antropología Filosófica
TERCER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Métodos Estadísticos • Costos • Desarrollo Empresarial • Análisis del Turismo • Legislación Turística • Administración del Hospedaje II • Laboratorio del Hospedaje II 	SEPTIMO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Problemas Económicos de México • Planificación Turística • Formulación de Proyectos de Inversión • Recursos Humanos I • Introducción a la Teoría de Sistemas • Seminario de Investigación I
CUARTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Métodos Probabilísticos • Finanzas I • Mercadotecnia I • Macroeconomía • Transporte y Comercialización del Turismo • Psicología Industrial • Textos Fundamentales de la Historia I 	OCTAVO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación y Administración de Proyectos • Recursos Humanos II • Diseño y Administración de Sistemas • Auditoría Administrativa • Seminario de Investigación II

174072

3.2 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE PRUEBA

En el capítulo 1 se indicó que, para llevar a cabo el diagnóstico, fueron seleccionados cuatro universos. Estos, se mencionan a continuación:

- Alumnos/as. Se consideraron a los alumnos/as inscritos en, séptimo y octavo semestres del periodo Agosto- Diciembre 1996 de la licenciatura. El total fue de 74 personas.
- Egresados. Se consideraron a los egresados de la licenciatura que cursaron el plan 87, lo cual dio un total de 385 egresados a agosto de 1996. Debido a la dificultad para entrevistar a los 385 sujetos, se decidió aplicar un muestreo probabilístico estratificado, que dio como muestra un total de 70 personas.
- Profesores. Se contó con la participación de la totalidad de los profesores que a Agosto de 1996 se encontraban impartiendo clases en la Escuela. El total fue de 36.
- Empresas. Para efectos de la investigación se tomó en cuenta a las empresas en donde se tiene conocimiento de la existencia de egresados de la Escuela. Esta muestra se considera limitada, pero representativa de la realidad de la empresa turística actual. El total de empresas fue de 7, de diversos giros de la actividad turística.

Se aplicaron 10 cuestionarios piloto a alumnos/as, con el objeto de probar la eficacia del cuestionario, una vez detectadas y corregidas las deficiencias del mismo, se procedió a aplicar los cuestionarios definitivos a los alumnos/as de 7° y 8° semestres.

Debido a que esta investigación trata de evaluar el plan de estudios 1987 de la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac en cuanto a vigencia, respuesta a las demandas laborales, aceptación en el ámbito turístico y competitividad; en el caso de los egresados, se consideraron aquellos que cursaron este Plan, por lo que no se tiene registro de egresados de generaciones anteriores.

Se aplicaron 15 cuestionarios piloto a egresados de diferentes generaciones para probar la eficacia del cuestionario. A partir del cuestionario definitivo, se dividió la muestra estratificadamente dependiendo del número de egresados en cada generación y se llegó a un total de 70 egresados entrevistados. Las entrevistas se hicieron vía telefónica en su mayor parte y en algunos casos personalmente.

En el caso de los maestros, no se hicieron cambios al cuestionario piloto, por lo que quedó como definitivo, se aplicaron a la totalidad de los maestros impartiendo clases en el semestre Enero - Diciembre de 1996 sumando un total de 36 cuestionario, los cuales fueron repartidos personalmente a cada uno de los maestros.

En el caso de las empresas, ya se comentó que, se consideraron únicamente aquellas en las cuales hay egresados que cursaron el Plan 1987 de la licenciatura.

Los resultados de este trabajo de campo se presentan a continuación.

3.2.1 CUESTIONARIO A ALUMNOS/AS

DATOS GENERALES

- **EDAD**

La edad promedio de los alumnos/as entrevistados es de 22.4 años de edad.

- **SEXO**

El 75% de las personas entrevistadas son mujeres, mientras que el 25 % son hombres

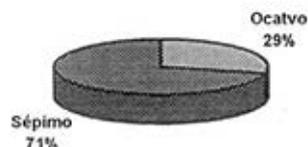
GRÁFICA 1. *Distribución del sexo entre los alumnos/as entrevistados*



- **SEMESTRE**

Del 100% de los entrevistados, el 71% son de 7o. semestre, mientras que el 29% son de 8o. semestre. Cabe mencionar que se entrevistó a la totalidad de alumnos/as inscritos en 7o. y 8o. semestre de la licenciatura ya que son los que tienen una visión más completa del plan de estudios por encontrarse en el último año de la carrera.

GRÁFICA 2. Semestre en curso de los alumnos/as entrevistados



PREGUNTA 1

Menciona 5 materias que consideras han sido básicas en tu formación como Administrador Turístico

En esta pregunta destacan las materias del área contable como son Contabilidad I y II, Contabilidad de costos, y las materias de Finanzas I, II y III. Destaca también Servicio y Tecnología de Alimentos y Bebidas, las materias del área matemática y las del área administrativa como Introducción a la Administración, Proceso administrativo y áreas funcionales y Desarrollo Empresarial. En igual grado de importancia se encuentra Tecnología del Hospedaje. Y en menor proporción Mercadotecnia I, II y III.

PREGUNTA 2

Menciona las materias que consideres no te han servido mucho en tu formación como Administrador Turístico.

De las materias que los alumnos/as consideran que no les han servido mucho en su desarrollo como administradores turísticos destacan Textos Fundamentales de la Historia I y II, Sociología, Antropología Filosófica y Técnicas de la Comunicación, es decir las materias del área humanística.

PREGUNTA 3

¿Por qué?

En general los alumnos/as opinan que estas materias no tienen que ver con la licenciatura de Administración Turística, que son muy teóricas y que están mal enfocadas, ya que muchos alumnos dicen que podrían servir si se les diera un enfoque hacia la licenciatura, es decir un enfoque hacia el turismo.

PREGUNTA 4

¿Cual consideras que es tu papel como estudiante de la licenciatura de Administración Turística?

En general los alumnos/as piensan que su papel como estudiantes de esta licenciatura es:

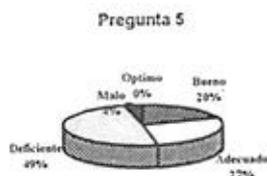
- el fomentar la actividad turística en el país
- ser buenos profesionales
- mejorar continuamente
- estar preparados para la toma de decisiones y
- llevar en alto el nombre de la Universidad.

PREGUNTA 5

¿Qué opinas del plan de estudios actual en relación a tu formación profesional?

En esta pregunta se dieron 5 opciones de respuesta: Optimo, Bueno, Adecuado, Deficiente y Malo. Del 100% de los alumnos/as entrevistados, el 49% opina que el plan de estudios es deficiente, el 27% opina que es Adecuado, el 20% que es Bueno, el 4% opina que es malo, mientras que ninguno de los alumnos/as entrevistados considera al plan de estudios Optimo.

GRÁFICA 3. Opinión de los alumnos/as sobre el actual plan de estudios con relación a su formación profesional

**PREGUNTA 6**

¿Te sientes capacitado para la resolución profesional de problemas?

El 50% de los alumnos/as entrevistados si se siente capacitado para la resolución profesional de problemas, mientras que el otro 50% no se siente capacitado.

GRÁFICA 4. Capacidad de los alumnos/as para la resolución profesional de problemas



PREGUNTA 7**¿Por qué?**

El 50% de los alumnos/as se sienten capaces para la resolución profesional de problemas, ya que opinan que la preparación que brinda la universidad es buena o porque han trabajado y ahí han desarrollado esa habilidad.

Cabe mencionar que el 35% de estos alumnos/as opinan que son capaces de resolver problemas profesionales por inteligencia propia.

El 50% de los alumnos/as que no se sienten capaces para la resolución profesional de problemas, argumentan que en la licenciatura es básicamente teórica por lo que no les ayuda a desarrollar esta capacidad.

PREGUNTA 8**¿Consideras que hay materias dentro del plan de estudios que te den una formación para la resolución profesional de problemas?**

El 21% de los alumnos/as entrevistados aprecia que no hay materias que les den una formación para la resolución profesional de problemas, el 76% valora que si existen estas materias dentro del plan de estudios, mientras que el 3% no respondió a la pregunta.

GRÁFICA 5. *Opinión de los alumnos/as sobre la existencia de materias en el plan de estudios que den una formación para la resolución profesional de problemas*

**PREGUNTA 9****¿Cuáles son estas?**

Destacan en esta pregunta las siguientes materias: micro y macroeconomía, el área contable, Finanzas, Problemas económicos de México e Introducción a la Administración.

PREGUNTA 10

¿Qué porcentaje de la planta de maestros consideras que tiene una formación profesional adecuada?

En promedio, los alumnos/as conjeturan que el 65% de la planta de maestros tiene una formación profesional adecuada mientras que el 35% restante opina lo contrario.

PREGUNTA 11

¿Por qué?

Los alumnos/as consideran que sus maestros tienen un buen nivel, pero la forma de enseñanza es obsoleta, muy teórica y que el hecho de que muchos de ellos no se encuentren trabajando hace que la aplicación de la teoría a la hora de la clase sea casi nula.

PREGUNTA 12

¿Consideras que tus maestros tienen una formación pedagógica adecuada?

El 68% de los alumnos/as considera que sus maestros no cuentan con una formación pedagógica adecuada, mientras que el 32% restante opina que sus maestros si cuentan con esta preparación.

GRÁFICA 6. *Opinión de los alumnos/as respecto a la formación pedagógica de sus maestros.*

Pregunta 12

**PREGUNTA 13**

¿Por qué?

Los alumnos/as sienten que muchos de sus maestros no saben transmitir sus conocimientos, que las clases son teóricas, lo cual no sirve sin una aplicación. Cabe mencionar que no es la totalidad de los maestros, ya que el 32% que opina que sus maestros si cuentan con una formación pedagógica adecuada argumentan que los maestros se preocupan porque los alumnos/as aprendan y los motivan.

PREGUNTA 14

En tu opinión ¿qué actividades profesionales puede y debe desempeñar un Administrador Turístico?

A esta pregunta, los alumnos/as contestaron que un Administrador Turístico puede y debe desempeñar actividades de planificación, de dirección, ser líderes y tomar de decisiones tanto en empresas turísticas como en empresas que no sean del ramo.

PREGUNTA 15

¿Consideras que la formación recibida en la licenciatura te está capacitando para el desempeño de estas actividades profesionales?

El 48% de los alumnos/as entrevistados estima que la formación recibida en la licenciatura si los capacita para el desempeño de actividades profesionales, otro 48% opina lo contrario, mientras que un 4% no respondió a la pregunta.

GRÁFICA 7. Opinión de los alumnos/as sobre la capacidad de la carrera de prepararlos para el desempeño de las actividades profesionales propias de un Administrador Turístico.

**PREGUNTA 16**

¿Por qué?

En general los alumnos/as externaron que la licenciatura es muy teórica, lo cual no los ayuda a desempeñarse en el mercado de trabajo, que el plan de estudios es deficiente ya que le hacen falta materias que den una visión más amplia y enfocar adecuadamente las materias que existen. Por otro lado, los alumnos/as consignan que gracias a las prácticas es que se sienten capacitados, ya que la licenciatura brinda las bases en las prácticas, donde se adquiere la experiencia necesaria.

PREGUNTA 17

¿Qué consideras que le falta al plan de estudios para tu formación profesional?

- Los alumnos/as reparan en que las materias del área humanística como son: sociología, textos fundamentales de la historia I y II y Antropología filosófica están mal enfocadas y que no ayudan para el desarrollo como Administradores Turísticos.

- La mayor parte de los alumnos/as entrevistados opina que se deben agregar las materia de Geografía Turística e Historia, es decir, materias que den una visión más amplia de los patrimonios turísticos de nuestro país.
- Reflexionan que se deben modificar todos los programas de las materias con información actualizada y teniendo una aplicación práctica de las mismas.
- Incluir un mayor número de materias de computación
- Agregar idiomas haciendo énfasis en el Inglés y un idioma adicional.

Los alumnos/as entrevistados son de séptimo y octavo semestre del periodo Agosto – Diciembre 1996, de los cuales cerca del 50% opina que el plan de estudios 87 es deficiente para capacitarlos como profesionistas de la Administración Turística.

Las materias que piensan han sido básicas en su formación como Administradores Turísticos son las del área administrativa, siendo las materias humanísticas las que no consideran les han servido en su formación de Administradores Turísticos, ya que no están enfocadas a la licenciatura y en general son muy teóricas.

Se juzga que la mayor parte de la planta de maestros (65%) tiene una buena preparación profesional, sin embargo, (68%) en su mayoría, no tienen una preparación pedagógica que ayude al aprendizaje. Los alumnos/as opinan que se debe actualizar el contenido de cada materia, y aplicarlas a la realidad por medio de casos prácticos y de tener maestros que estén relacionados con el medio que puedan transmitir su experiencia.

En general, los alumnos/as están conscientes de que su papel como estudiantes es el prepararse para después fomentar la actividad turística en el país llevando en alto el nombre de la Universidad.

3.2.2 CUESTIONARIO A EGRESADOS

DATOS GENERALES

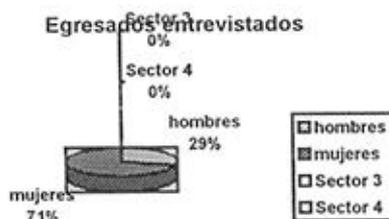
- **EDAD**

La edad promedio de los entrevistados es de 24.08 años

- **SEXO**

El 71% de las personas encuestadas son mujeres, mientras que el 29% son hombres

GRÁFICA 8. Distribución de sexo en egresados entrevistados



• GENERACIÓN

Se entrevistaron 6 personas de la generación 87-91, 6 de la generación 88-92, 15 de la generación 89-93, 3 de la generación 90-93, 10 de la generación 90-94, 3 de la generación 91-94, 15 de la generación 91-95, 5 de la generación 92-95 y por último, 7 de la última generación 91-96

Estos números fueron calculados, dependiendo del número de alumnos de cada generación en comparación con el total del universo.

• TITULADOS

El 21.4% de las personas entrevistadas ya se han titulado, mientras que el 78.6% no han obtenido su título a la fecha.

• ESPECIALIZACIÓN

El 2.8% de las personas entrevistadas ha hecho alguna especialización, entre las que cabe destacar en finanzas, en calidad total y en alta dirección de empresas turísticas.

• MAESTRÍA

Ninguna de las personas entrevistadas ha realizado estudios de maestría

• DOCTORADO

Ninguna de las personas entrevistadas ha realizado estudios de doctorado

• OTROS CURSOS

Únicamente el 1.4% de los entrevistados ha realizado algún curso extra, entre los que cabe mencionar el estudio de otra licenciatura.

PREGUNTA 1

¿Porqué escogiste la licenciatura de Administración Turística en la Universidad Anáhuac y no en otra universidad?

Se observa que el 12.8% de las personas entrevistadas escogieron la Universidad Anáhuac por influencia familiar

El 15.71% por el buen nivel académico

El 18.57% porque un Administrador Turístico de la Anáhuac tiene más prestigio

El 25.71% porque un Administrador Turístico de la Anáhuac tiene más campo de trabajo
 El 31.42% por razones personales entre las que destacan el no haber sido aceptados en otras universidades, por la cercanía de la Universidad Anahuac a sus casas, o por la influencia de amigos.

Cabe hacer notar que la suma de los porcentajes es más de 100% porque algunos de los egresados escogieron la Universidad Anáhuac por más de un motivo.

PREGUNTA 2

¿Consideras que en conjunto las materias del plan de estudios fueron suficientes para darte una formación básica como Administrador Turístico?

Únicamente el 25.% de las personas entrevistadas estiman que las materias del plan de estudios si da una formación básica como Administrador Turístico, mientras que el 75.% considera lo contrario.

GRÁFICA 9. Aceptación de materias del actual plan de estudios con relación a la formación profesional



PREGUNTA 3

¿Por qué?

Del 74.28% que valora que las materias del plan de estudios no dan una formación básica completa como Administrador Turístico, el 55.76% piensa que es porque faltan materias de turismo, es decir, porque la licenciatura está mucho más enfocada al aspecto administrativo, dejando a un lado el aspecto turístico de la licenciatura, mientras que el 44.24% restante tiene diferentes motivos como por ejemplo, que en general el contenido de las materias es poco profundo y la falta de práctica a la licenciatura.

PREGUNTA 4

¿Qué contenidos agregarías al plan de estudios?

Esta pregunta se hizo a todos los entrevistados, sin excluir a aquellos que opinaban que el plan de estudios sí daba una formación básica completa como Administrador Turístico.

El 60% de las personas entrevistadas agregarían materias de turismo al plan de estudios entre las que destacan geografía turística, historia y administración restaurantera

El 11.4% agregaría otro idioma obligatorio

El 28.6% restante agregaría materias de computación o sistemas, profundizar en derecho, agregar materias de recursos humanos y cultura general.

PREGUNTA 5

¿Cuáles de los contenidos de las materias de la licenciatura te han sido de mayor utilidad en tu desarrollo profesional?

Las materias que en general han servido más en el desarrollo profesional de los egresados son:

Por orden de importancia:

1. ADMINISTRACIÓN
2. CONTABILIDAD
3. FINANZAS
4. ECONOMÍA
5. MERCADOTECNIA

Y en igual grado de importancia:

- RECURSOS HUMANOS
- INFORMATICA
- MATEMATICAS
- TURISMO
- PLANIFICACION Y DESARROLLO

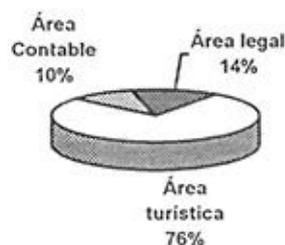
PREGUNTA 6

¿En qué áreas consideras que fue deficiente el plan de estudios?

Del total de alumnos entrevistados, el 75.72% aprecia que el plan de estudio fue deficiente en lo referente al área turística, especialmente en agencia de viajes. El 14.28% emite que el área legal fue deficiente, mientras que el 10% restante opina que aparte del área turística, también fue deficiente en el área de contable.

GRÁFICA 10. Deficiencias del Plan de Estudios 1987

Deficiencias del plan de estudios



PREGUNTA 7

En tu opinión, la formación de los Administradores Turísticos de la Universidad Anáhuac es:

A en el aspecto teórico y metodológico: En este aspecto, el 52.85% piensa que fue buena, el 44.28% considera que fue regular, mientras el 1.4% lo consideró deficiente en este aspecto. El 1.47% restante no contestó a la pregunta.

B en el aspecto práctico: En este aspecto, el 12.85% lo asumió bueno, el 54.28% lo consideró regular, en tanto que el 31.42% lo consideró deficiente. El 1.72% restante no contestó a la pregunta.

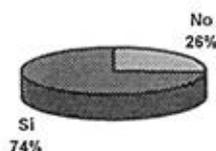
PREGUNTA 8

¿Estás trabajando actualmente?

El 74.28% de las personas entrevistadas se encuentra trabajando actualmente, mientras que el 25.72% restante no trabaja. Cabe mencionar que para estas entrevistas se dió preferencia a egresados que estuvieran trabajando.

GRÁFICA 11. Egresados de la escuela que se encuentran trabajando

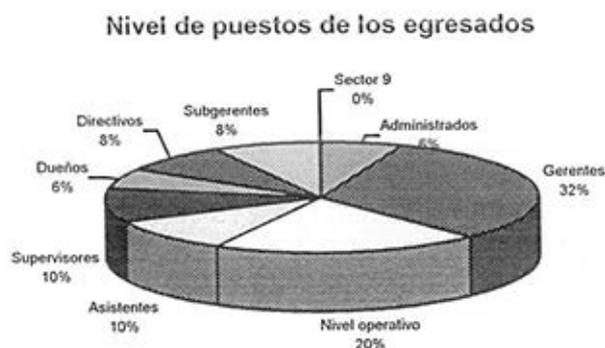
Egresados que trabajan

**PREGUNTA 9**

¿Qué puesto desempeñas actualmente?

Del 74.28% de los egresados que se encuentran trabajando, el 32% tiene un puesto gerencial, el 8% subgerencial, otro 8% trabaja de director, el 6% son dueños, el 10% trabaja como supervisor, otro 10% trabaja como asistente, el 20% trabaja a nivel operativo mientras que otro 6% trabaja de administrador.

GRÁFICA 12. Nivel de puestos de los egresados



PREGUNTA 10

¿Por qué no estás trabajando?

Del 25.75% de los entrevistados que no trabajan, el 11% no trabaja porque se dedica a su casa, el 38.8% porque está terminando su tesis, el 33% porque no ha conseguido trabajo, y el 17% restante por razones diversas como que renunciaron o porque no tienen necesidad.

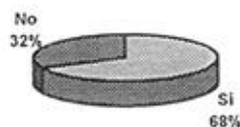
PREGUNTA 11

¿Trabajas dentro del sector turismo?

Del 74.28% de las personas que se encuentran trabajando actualmente, el 68% trabajan dentro del sector turismo, mientras que el 32% restante no trabajan dentro de este sector, siendo las actividades que predominan las empresas de telecomunicaciones y el comercio.

GRÁFICA 13. Egresados de la escuela que trabajan en el sector turismo

Egresados que trabajan en el sector turismo



PREGUNTA 12

¿Dentro de qué actividad se encuentra la empresa en la que trabajas?

Del 68% que si trabajan dentro del sector turismo, el 25% trabaja en agencia de viajes, el 44% trabaja en la industria hotelera, el 12.5% trabaja en restaurante, el 6% en aerolíneas, y el 12.5% restante en empresas del ramo.

Las actividades principales del 38% de los entrevistados que no trabajan dentro del sector son mercadotecnia, industria, comercio, empresas de telecomunicaciones, banca y casa de bolsa.

PREGUNTA 13

Si tu respuesta es positiva, ¿Qué puesto desempeñas dentro del sector turismo?

Del 68% que si trabajan en turismo, el 50% ocupa puestos directivos o son dueños de sus empresas. El resto ocupa cargos gerenciales u operativos.

PREGUNTA 14

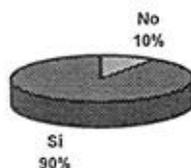
Si trabajas dentro del sector turismo, ¿te gusta? y si no, ¿te gustaría trabajar dentro del sector?

Esta pregunta fue en general para todos los entrevistados no importando que esté o no trabajando dentro del sector, y se obtuvo lo siguiente:

del 100% de los entrevistados, al 90% si le gustaría trabajar dentro del sector, mientras que el otro 10% no tiene interés en trabajar dentro del mismo.

GRÁFICA 14. Egresados a los que les gustaría trabajar en el sector turismo

Pregunta 14

**PREGUNTA 15**

¿A través de qué medio encontraste tu trabajo actual?

Del 74.28% de los entrevistados que si se encuentran trabajando, el 36% lo obtuvo por medio de familiares, el 29% por amistades, el 27% lo consiguieron por iniciativa propia, el 4% lo consiguió por la bolsa de trabajo de la universidad, y otro 4% por congresos, mientras que nadie ha conseguido trabajo por agencias de asesoría empresarial.

GRÁFICA 15. *Medios por los cuales los egresados encontraron su trabajo actual*



PREGUNTA 16

Consideras que las dificultades para conseguir tu primer trabajo fueron:

Es importante mencionar que en esta pregunta se incluyen 59 egresados como el 100% ya que 11 de ellos nunca han trabajado. De ese 100%, el 34% no tuvo dificultades para conseguir su primer trabajo, el 11% tuvo dificultades porque el campo de trabajo era limitado, el 7% tuvo problemas porque la remuneración era baja, el 14% no tuvo dificultades ya que tenía asegurado un puesto al finalizar la licenciatura, y el 34% tuvo problemas ya que exigen experiencia.

PREGUNTA 17

¿Qué dificultades tuviste para encontrar tu trabajo actual?

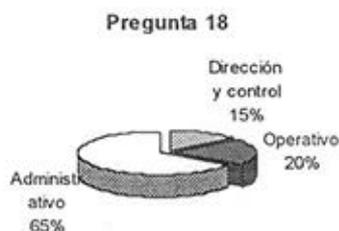
Del 74.289 % que se encuentra trabajando actualmente, el 34% conserva el mismo trabajo desde que salió de la licenciatura, otro 34% no tuvo ninguna dificultad. Nadie tuvo problemas porque el campo de trabajo era limitado ni porque les exigían mayores requisitos educativos, el 4% tuvo problemas porque la remuneración era baja, otro 12% no tuvo dificultades ya que tenía asegurado un puesto de trabajo al finalizar su licenciatura. y por último, el 16% tuvo dificultades para conseguir su trabajo actual porque le exigían experiencia..

PREGUNTA 18

¿Qué tipo de puesto dentro de la jerarquía ocupacional obtuviste inmediatamente después de terminar tus estudios?

El 16% obtuvo un puesto operativo o en el área técnica, el 63% obtuvo puestos administrativos, de supervisión y control, y el 20% restante obtuvo puestos de dirección, concepción y gestión.

GRÁFICA 16. *Tipo de puesto que ocuparon los egresados inmediatamente finalizando sus estudios*



PREGUNTA 19

Para realizar tu primer trabajo como Administrador Turístico, ¿requeriste de algún curso extra o de conocimientos que no te dieron en tu formación dentro de la universidad?

El 42% sí requirió de algún curso, mientras que el 58% no requirió de ningún curso, cabe destacar que del 42% que tomaron cursos, la mayoría fueron cursos de capacitación que se dan a cualquier trabajador cuando empieza a laborar en una empresa.

GRÁFICA 17. *Egresados que tuvieron que tomar algún curso para poder realizar su trabajo*



PREGUNTA 20

¿Dentro de qué rango se encuentra tu salario?

Del 74% de las personas que trabajan actualmente, el 51% tiene un salario de entre \$1000 y \$5000 pesos, el 32% de entre \$5000 y \$10000 y el 12% ganan \$10000 o más. El 5% restante no contestó a la pregunta.

PREGUNTA 21

¿Consideras que la escuela de Administración Turística de la Anáhuac te ha preparado con todos los elementos que requiere un Administrador Turístico para desempeñarse en el mercado laboral?

Del 100% de los encuestados, el 24% opinó que si egresa preparado para desarrollarte dentro del mercado laboral, mientras que el 73% plantea que la preparación recibida en la universidad no es suficiente para desarrollarse profesionalmente. Mientras que el 3% no contestó a la pregunta.

GRÁFICA 18. *Opinión sobre la preparación que brinda lescuelaAdministración Turística de la Anáhuac*

**PREGUNTA 22**

¿Por qué?

A un alto porcentaje de los egresados les parece que el plan de estudios de la licenciatura es incompleto, faltan materias del área turística, otro porcentaje opina que en general, hay poca profundidad en las materias que se imparten, que los profesores no exigen lo suficiente y que las materias deben ser más aplicadas a la vida real, esto se puede lograr por medio de casos prácticos. Los maestros que están trabajando puedan compartir su experiencia y no solo apegarse a cumplir el programa con teoría.

PREGUNTA 23

¿Qué consideras que le falta al plan de estudios para proporcionarte esta preparación?

El 80% de los egresados valora que al plan de estudios le falta más práctica para poder desarrollarse en el mercado de trabajo. El 24.2% opina que faltan materias, el 4.2% juzga que le hace falta más teoría, el 1.4% considera que le falta más metodología. Por último, el 2.8% opina que hacen falta otras materias. Cabe señalar que si se suman estos porcentajes, se obtiene una cifra superior al 100% y esto, es porque algunos de los egresados juzgan que le hace falta al plan de estudios tanto práctica como también otras materias.

GRÁFICA 19. Deficiencias del Plan de Estudios 1987



PREGUNTA 24

¿Consideras que existió congruencia entre lo que la escuela te ofreció cuando ingresaste y lo que obtuviste al final de tu licenciatura?

El 59% de los entrevistados contestó que sí existió congruencia, mientras que el 40% decidió lo contrario. El 1% de los entrevistados no contestó a esta pregunta.

GRÁFICA 20. Congruencia entre lo que la escuela ofrece al ingresar y lo obtenido al final de los estudios de Licenciatura.



PREGUNTA 25

¿Por qué?

El 40% que cree que la licenciatura fue muy teórica piensa que es necesario incluir más materias relacionadas con la actividad turística. Por otra parte estos egresados también manifestaron que las bases que brinda la licenciatura no son las suficientes para desempeñarse en el mercado de trabajo, ya que hace falta incluir situaciones que ocurran cotidianamente en el campo de trabajo.

El 59% de los entrevistados que opinan que sí existió congruencia, señalan que la licenciatura les proporcionó los conocimientos para desempeñarse en el campo laboral.

PREGUNTA 26

Comentarios

De entre los comentarios que dieron los egresados, se pueden mencionar algunos que podrían ser de utilidad para mejorar la licenciatura, como por ejemplo:

- Un 75% de egresados piensa que las materias deben ser mucho más aplicadas a la realidad, que la mayor cantidad de profesores posibles se encuentre trabajando en el sector para que puedan transmitir su experiencia dentro del mundo real y no sólo apearse a cumplir con el plan de estudios, a esto podría ayudar el tener un mayor número de casos prácticos en todas las materias y que éstos fueran parte del mismo programa de cada materia.
- Otro comentario importante es que la mayoría de los egresados opinó que a la licenciatura le faltan materias de turismo, sobre todo en el área de agencia de viajes y alimentos y bebidas.
- También que las materias deben tener mayor profundidad y actualizar el contenido de los programas de estudios de cada materia.
- Se menciona que en general los horarios no son lo suficientemente accesibles para que los alumnos puedan trabajar durante los últimos semestres de la licenciatura, lo cual repercute en el futuro ya que en la mayoría de las empresas se pide gente con experiencia.

En general, los egresados mencionan que el plan de estudios 87 no brinda una formación básica completa como Administrador Turístico, ya que da mucho énfasis al área administrativa, sin embargo, las materias que más han servido a los egresados en su desarrollo como profesionistas son las de esta área (administración, contabilidad, economía). Al mismo tiempo los egresados externan que al actual plan de estudios le falta vinculación con la práctica, ya que la licenciatura es muy teórica. Los egresados proponen se integren al nuevo plan de estudios materias del área turística, haciendo énfasis en geografía turística, administración restaurantera y agencia de viajes.

Cabe destacar que la mitad de los egresados entrevistados trabajan dentro del sector turismo, por lo que tienen una visión amplia de lo que es el trabajo en éste y pueden dar una opinión que sirve de referencia para saber el comportamiento del actual plan de estudios con respecto a las necesidades del mercado laboral turístico.

La mayor parte de los egresados han encontrado trabajo por medio de familiares o amistades, y en general no tienen dificultad para encontrar un puesto de trabajo al terminar la licenciatura, siendo éstos, puestos administrativos principalmente. Se considera que la preparación recibida en la Universidad no es suficiente para desempeñarse en el mercado de trabajo, sin embargo, en su gran mayoría, no han requerido tomar cursos extras para el desempeño de su trabajo (excluyendo la capacitación)

3.2.3 CUESTIONARIO A MAESTROS

Se entrevistó al 100% de los maestros que imparten clases dentro de la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac hasta 1998.

El 65% de los maestros entrevistados valoró que el programa que la Universidad le proporciona para dar su materia no es completo ni actualizado y las principales razones que se dan para argumentar esto son las siguientes:

- El programa fue hecho en 1987 y se han dado muchos cambios importantes tanto en el país como en tecnología.
- Hay áreas de estudio que no se cubren
- Falta integración de unas materias con otras
- Los temas son obsoletos e inaplicables al sector servicios
- El programa es muy teórico e inadecuado a las necesidades del mercado de trabajo
- Falta profundizar en los temas
- La bibliografía no es actualizada

Con respecto al sentir de los profesores acerca de la capacidad que tiene el plan de estudios para preparar al alumno a enfrentar las demandas del mercado laboral, el 46% de los profesores considera que el actual plan de estudios no capacita a los alumnos para enfrentar las demandas del mercado laboral. Otro 46% opina lo contrario, es decir, que el actual plan de estudios sí capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, mientras que el 7% no contestó a la pregunta.

De entre las razones que se dan para afirmar que el actual plan de estudios no capacita a los alumnos para enfrentar las demandas del mercado laboral, se encuentran las siguientes:

- El programa es muy teórico, por lo que es difícil para los alumnos enfrentarse con la realidad
- Hacen falta herramientas y técnicas actualizadas
- El programa está mal estructurado
- La teoría es insuficiente, hace falta asociación con la realidad
- El programa está hecho por quien no trabaja en el mercado laboral turístico
- El programa debería orientarse hacia un mayor campo de acción
- Se requieren más materias básicas
- El programa no cumple con las necesidades actuales
- El programa únicamente da las bases teóricas, hace falta llevarlo a la práctica.

Algunos de los argumentos que dan los profesores para afirmar que el actual plan de estudios sí capacita a los alumnos para desempeñar en el mercado laboral son las siguientes:

- El programa cubre con las áreas de estudio de la Administración orientada al Turismo, que es lo que se está buscando en esta licenciatura
- Los alumnos salen con una preparación administrativa completa

- La licenciatura es el paso inicial para desarrollar su profesión, lo demás se da en la práctica.
- Los temas estudiados en el programa, se presentan en el ejercicio profesional

Se les preguntó a los profesores entrevistados si agregarían alguna asignatura o contenido al plan de estudios, a lo cual, el 78% respondió que sí agregaría alguna asignatura o contenido, entre las que destacan:

- Sociología del Turismo
- Gestión empresarial del Turismo
- Geografía Turística
- Historia
- Materias de Cultura General
- Patrimonio histórico y Cultural de México
- Economía del Turismo
- Análisis de casos
- Materias cuantitativas y de análisis económico
- Contabilidad de servicios
- Relaciones Públicas
- Manejo de paquetería
- Aspectos prospectivos del Turismo
- Grupos y Convenciones
- Emprendedores

Del 22% que respondió que no le agregaría ninguna asignatura o contenido al plan de estudios es porque establece que éste, es completo, o porque no conocen las necesidades del mercado.

En general los comentarios que hacen los profesores a la escuela son los siguientes:

- Los cambios que se realicen en las asignaturas del plan de estudios deben hacerse conforme a las exigencias del mercado actual
- Es necesario reestructurar el plan de estudios para hacerlo más eficiente
- Las materias deben ser más turísticas y menos administrativas porque en la realidad del mercado de trabajo, lo primero es desarrollar labores operativas
- Hace falta más exigencia por parte de la escuela hacia los alumnos y profesores

3.2.4 CUESTIONARIO A EMPRESAS

Para la aplicación del cuestionario a empresas se seleccionaron 7 de las más importantes empresas en las que se encuentran egresados de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac, ya que el objetivo de este cuestionario es medir el desempeño laboral de los egresados de la escuela para detectar fortalezas y debilidades.

Cabe destacar que las 7 empresas a las que se aplicó el cuestionario son empresas del ramo turístico.

De las 7 personas entrevistadas, 5 ocupa puestos directivos o gerenciales en el área de Recursos Humanos, lo cual representa el 71% de la muestra, uno más es director general de la empresa y el último es el director editorial de la Revista Alta Hotelería. Se tienen 3 administradores de Empresas, 1 Lic. en Administración Turística, 1 Lic. En Turismo, 1 Contador y 1 Lic. En Ciencias de la Comunicación.

En términos generales, todos los entrevistados tienen una buena percepción de los Administradores Turísticos de la Universidad Anáhuac y su desempeño en general lo califican como “muy bueno”

Las debilidades más importantes que presentan los Administradores Turísticos de la Universidad Anáhuac son:

- Falta de capacidad para la planeación
- Pobre manejo de herramientas tecnológicas
- Los nuevos egresados tienen un concepto un tanto idealizado del trabajo que se realiza en el sector turismo.
- Poca vinculación de la teoría aprendida en la escuela con la práctica

La impresión general de los entrevistados acerca de la actuación de los egresados de la licenciatura de Administración Turística de la Anáhuac al inicio de su contratación son las siguientes:

- Han demostrado cumplir con su trabajo
- Cuentan con la preparación necesaria para desarrollar trabajos de nivel profesional
- Tienen muy buena presencia
- Se cuenta con el respaldo y prestigio que da el nombre de la Universidad Anáhuac.
- Son muy adaptables y colaboradores
- Están orientados al servicio
- Su formación se adapta a las tendencias actuales

En general, las posibilidades que tiene un egresado de Administración Turística de la Anáhuac de desarrollo dentro de las empresas son altas, aunque en algunas empresas se considera que tienen únicamente medianas posibilidades de desarrollo.

Los comentarios generales acerca de la licenciatura de Administración Turística son los siguientes:

- Es una licenciatura necesaria ya que es difícil manejar empresas turísticas.

- Es una licenciatura útil ya que el turismo es una fuente generadora de ingresos muy importante para México.
- Es una licenciatura muy general y útil en el ámbito turístico

Se puede observar que los Administradores Turísticos de la Universidad Anáhuac son muy bien aceptados en el mercado laboral, se tiene una buena imagen de ellos y en general, tienen altas probabilidades de desarrollo.

3.3 ANÁLISIS CRUZADO DE DATOS

Con objeto de llevar a cabo una interpretación más detallada y que arroje además información adicional sobre las respuestas de los diferentes universos considerados, se ha decidido incluir el presente cruzamiento de datos que consiste en la correlación de dos o más preguntas cerradas de los resultados obtenidos para cada uno de los grupos seleccionados.

Para hacer este cruzamiento, se recurrió a la ayuda del programa MINITAB, el cual es un paquete estadístico que corre en ambiente windows y que permite una amplia gama de análisis de datos. Este software cubre: Análisis de Regresión, el cual permite la estimación de una variable en términos de otra, Análisis Factorial, el cual trata de relaciones y jerarquización de variables, Control de Calidad, que son pruebas para evaluar si un sistema está dentro de los estándares fijados, y Series de Tiempo, que es el análisis de cualquier variable a través del tiempo.

Para efectos de esta investigación, se utilizaron "cross tabulations" que son tablas de contingencia de Minitab.

Con la aplicación de este programa se debe reflexionar la siguiente premisa:

Las interpretaciones mencionadas en este apartado consideran las que fueron más relevantes y que ayudaron a los fines de la investigación, ya que sería casi imposible interpretar todos y cada uno de los números. Sin embargo, las tablas obtenidas del Minitab están insertadas en el Anexo 2 de esta investigación y pueden ser consultadas en cualquier momento.

Para la mayor comprensión de estas tablas, a continuación, se explica la forma de leerlas e interpretarlas:

Las tablas relacionan ya sea 2 o 3 preguntas de cada uno de los cuestionarios aplicados. En la parte superior de la tabla se indica el número de pregunta a la que se refiere la fila o columna y su valor correspondiente. A cada opción de respuesta se le asignó un código numérico, el cual es simplemente para que el paquete pueda realizar el cruzamiento de datos. Ejemplo: en la pregunta relacionada con el sexo, se le dio el valor 1 a "masculino" y 2 a "femenino" y lo mismo sucede en cada una de las preguntas.

Se debe de leer en primer lugar en orden de las filas, es decir, si las filas se refieren al sexo y las columnas a la capacidad de los alumnos/as para la resolución profesional de problemas, se tiene que la primera columna tendrá el valor 1 que corresponde a los alumnos que si se sienten capacitados y la columna con el valor 2 a los alumnos que no se sienten capacitados, por lo tanto la tabla se leerá de la siguiente manera:

Rows: SEXO		Columns: PREG 6	
	1	2	All
	12	2	14
1	85.71	14.29	100.0
	42.86	7.14	25.00
	21.43	3.57	25.00
	16	26	42
2	38.10	61.90	100.0
	57.14	92.86	75.00
	28.57	46.43	75.00
	28	28	56
	50.00	50.00	100.0
	100.0	100.0	100.0
	50.00	50.00	100.0

Cell Contents - -

Count
of Row
of Col
of Tbl

Fuente: Elaboración Propia del autor

De las interrelaciones hechas en el cuestionario de alumnos se tiene que:

- De la gente que si se siente capacitada para la resolución profesional de problemas, 42% son hombres y 57% mujeres. De la gente que no se siente capacitada, 7% son hombres y 92% mujeres.
- De los alumnos de sexo masculino que si se sienten capacitados para la resolución profesional de problemas, 41% contestó que, con relación a su formación profesional, el actual plan de estudios de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac, es adecuado, mientras que de las mujeres que si se sienten capacitadas para la

resolución profesional de problemas, el 43% repasa en que el actual plan de estudios es deficiente con relación a su formación profesional.

- Sin embargo, de la totalidad de alumnos entrevistados que consideran que el plan de estudios es deficiente con relación a su formación profesional, el 70% son mujeres, mientras que el 30% son hombres. Únicamente el 8% de los alumnos entrevistados considera que el plan de estudios es malo, siendo en su totalidad hombres.
- De los alumnos de sexo masculino que se consideran no capacitados para la resolución profesional de problemas, el 100% valora que el actual plan de estudios es deficiente mientras que en cuanto a las mujeres, el 61% juzga que el plan de estudios es deficiente. De las mujeres que no se sienten capacitadas para la resolución profesional de problemas y que estiman que el plan de estudios es bueno, el 100% .
- En general, los hombres se sienten capacitados para la resolución profesional de problemas en un porcentaje mucho mayor que las mujeres.
- Aplicando la gráfica de Likert que nos muestra las tendencias de comportamiento de una variable, se tiene que: El actual Plan de Estudios 1987, tiene tendencia a Adecuado.
- En cuanto a la relación entre la capacidad del actual plan de estudios para capacitar a los alumnos para desempeñar actividades profesionales propias de un Administrador Turístico y la existencia de materias dentro del plan de estudios que den una formación para la resolución profesional de problemas, se obtuvo lo siguiente:
- De los alumnos/as que consideran que la formación recibida en la Licenciatura si lo capacita para el desempeño de las actividades profesionales propias de un Administrador Turístico, el 39% enjuician que si hay materias dentro del plan de estudios que den una formación para la resolución profesional de problemas y que el plan de estudios es adecuado.
- De la gente que piensa que si hay materias dentro del plan de estudios que den una formación para la resolución profesional de problemas, el 41% opina que el plan es deficiente.
- De los alumnos/as que reflexionan que el plan de estudios es bueno, el 63% emite que si hay materias que den una formación para la resolución profesional de problemas. En tanto que de los alumnos que aprecian que el plan de estudios es deficiente, el 81% cree que si hay materias que den una formación para la resolución profesional de problemas.
- De los alumnos/as que califican que la formación recibida en la licenciatura no lo capacita para el desempeño de las actividades profesionales propias de un Administrador Turístico, 63% emite que el plan de estudios 1987 es deficiente.

Agregando la variable de la formación pedagógica y profesional de los maestros, se tiene que:

- De la totalidad de alumnos/as entrevistados que estiman que sus maestros sí cuentan con una formación pedagógica adecuada, al 47% le parece que entre el 61 y 80% de ellas tiene una formación profesional adecuada.
- De la gente que no se siente capacitada para la resolución profesional de problemas, el 58% asiente que sus maestros no cuentan con una formación pedagógica adecuada, sin embargo, de los alumnos/as que sí se sienten capacitados para la resolución profesional de problemas, el 64% designa que sus maestros no cuentan con una formación pedagógica adecuada. Se puede decir que hay una marcada tendencia a que los profesores cuenten con una formación profesional adecuada de un 61 a un 80%.
- En el caso de las empresas entrevistadas, el 100% de ellas conceptúa que los Licenciados en Administración Turística de la Universidad Anáhuac, si cuentan con la eficacia necesaria para cubrir las necesidades de su empresa. Así mismo se tiene que el 71% de las empresas entrevistadas estiman que los egresados cubren las necesidades de su empresa, también consideran que la aceptación de los egresados dentro de la empresa es muy buena. Las posibilidades de desarrollo de los egresados de la escuela de Administración Turística de la Anáhuac son medianas con una marcada tendencia a altas, mientras que la aceptación de los egresados dentro de la empresa tiene una alta tendencia a ser MUY BUENA.

Con respecto a los egresados se tiene que:

- De los egresados que sí trabajan, el 33% piensa que las materias del plan de estudios 1987 sí dan una formación básica completa como Administrador Turístico, mientras que el 67% considera lo contrario. De los egresados que no se encuentran trabajando, el 89% manifiesta que las materias del plan de estudios no dan una formación básica completa como Administradores Turísticos.
- El 73% de los egresados que obtuvieron en su primer trabajo como Administradores Turísticos un puesto de dirección, concepción y gestión, no tuvieron que tomar ningún curso para poder desempeñar su trabajo, el 70% de los egresados que en su primer trabajo obtuvieron un puesto en el área técnica, si tomaron un curso para poder desempeñar su trabajo, cabe destacar que en la mayor parte de los casos, los cursos que se tomaron fueron de capacitación.
- Se interrelacionaron las preguntas 11 y 14 del cuestionario de egresados que se refieren al porcentaje de los egresados que trabajan en el sector Turismo y a los que, independientemente de si actualmente trabajan, les gustaría trabajar en el sector.

Con esta interrelación de preguntas se obtuvo que de la gente que si está interesada en trabajar en el medio, el 66% si trabaja en el sector y 34% trabaja en otros sectores no relacionados con el turismo.

- Asimismo, de los egresados que no están interesados en trabajar en el sector turismo, el 14% si trabaja en el medio. Se puede concluir en términos generales que, los egresados que si están interesados en trabajar en el sector turismo de hecho trabajan en el medio y viceversa, en el caso de los que no quieren trabajar en el medio turístico.

Las interpretaciones principales para el caso de los maestros son las siguientes:

- De los maestros que opinan en su totalidad el plan de estudios que cursan los alumnos, el 45% avala que éste, si los capacita para enfrentar las demandas del mercado laboral, mientras que el 55% estima lo contrario. De los profesores que califican que el plan de estudios 1987 no capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, el 92% si conoce completamente el plan de estudios.
- Se agregó otra variable con objeto de conocer qué tanto influye el que los profesores tengan otro trabajo para su percepción con respecto a la eficacia del actual plan de estudios de preparar a los alumnos para enfrentar las demandas del mercado laboral y el resultado fue el siguiente:
- De los maestros que emiten en el cuestionario que el actual plan de estudios si capacita a los alumnos para enfrentar las demandas del mercado laboral, el 69% si tiene otro trabajo, mientras que de los que consideran que el plan de estudios no capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, el 77% si tiene otro trabajo.

Haciendo la relación de otra manera se tiene que:

- De los profesores que si tienen otro trabajo, el 47% valora que el plan de estudios 1987 si capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, mientras que el 53% opina lo contrario.
- De los profesores que no tienen otro trabajo, el 57% estima que el plan de estudios 1987 si capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, mientras que el 43% juzga lo contrario.
- Como se puede observar, los maestros de planta, que son los que no tienen contacto directo en relación de trabajo, con el medio laboral, son los que en su mayoría consideran que el plan de estudios 1987 si capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral, mientras que los profesores de honorarios, que son los que tienen otro trabajo, aprecia en un 53% que el plan 1987 no capacita a los alumnos.

Se puede notar que aunque los alumnos/as se sienten capacitados únicamente en un 50% para la resolución profesional de problemas, y que los egresados consideran que están preparados únicamente en un 24% para desempeñarse en el mercado laboral, el 100% de las empresas entrevistadas valoran que los egresados de la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac cuentan con la eficacia necesaria para cubrir las necesidades de su empresa.

Con base en estos resultados y a los obtenidos directamente de los cuestionarios aplicados, se realizó una propuesta de plan de estudios para la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

3.4 COMPARATIVO ENTRE EL PLAN 87 DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y OTROS PLANES DE ESTUDIOS

Con objeto de complementar el trabajo de campo, se decidió comparar el actual plan de estudios 87 en relación con planes de estudios de otras Universidades del área metropolitana de la ciudad de México dirigidas a un perfil de alumnado de similares características, que el que acude a la Universidad Anáhuac, dividiendo las materias por áreas de conocimiento. A continuación se muestran los resultados de dicha comparación.

Las carreras y universidades analizadas fueron:

- **Licenciatura en Hotelería de la Universidad Iberoamericana (UIA).** Se seleccionó por la similitud en los perfiles de los estudiantes y por su ubicación geográfica.
- **Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac del Sur (U.A.S.)** Su selección fue por su relación con la Universidad Anáhuac y por manejar un plan de estudios diferente al que se cursa en la Universidad Anahuac (poniente).
- **Escuela Panamericana de Hotelería (E.P.H.)** En este caso se escogió por ser de las primeras instituciones educativas en impartir la carrera de administración turística.
- **Centro de Estudios Superiores de San Ángel (CESSA).** Se seleccionó por el perfil de los estudiantes y por el posicionamiento que tiene en el área gastronómica y hotelera que son dos de los campos de acción más importantes para un administrador turístico.

El comparativo entre el plan de estudios vigente, plan 87, de la Universidad Anáhuac, con los planes de estudios de las instituciones antes mencionadas, se presenta en la siguiente tabla, en donde se puede apreciar que el peso otorgado a cada área o bloque de conocimientos.

CUADRO 2. Cuadro comparativo de planes de estudios con base en áreas de conocimiento y materias

LÍNEA DE CONOCIMIENTO	U.A.S	E.P.H.	IBERO	CESSA	PLAN 87 U.A.
Investigación	1	1	0	1	3
Humanidades	1	0	0	0	3
Matemáticas	4	3	5	2	5
Administración	3	6	7	2	6
Finanzas y Contabilidad	7	9	5	7	6
Turismo	4	6	0	4	6
Economía	5	1	3	0	3
Derecho	5	4	3	5	3
Hospedaje	2	9	3	13	4
Alimentos y Bebidas	4	16	5	11	4
Transportación y A. de Viajes	2	2	0	0	1
Patrimonio	0	4	0	10	0
Dirección	1	0	2	0	0
Sistemas	2	4	0	2	4
Mercadotecnia	1	6	3	6	3
Otras	11	13	0	0	6

Fuente: Elaboración propia del autor

U.A.S – Universidad Anáhuac del Sur

E.P.H. – Escuela Panamericana de Hotelería

IBERO – Universidad Iberoamericana

CESSA – Centro de Estudios Superiores de San Angel

Plan 87 U.A. – Plan 1987 de la Universidad Anáhuac (plan que se cursa actualmente)

Como puede apreciarse, la Universidad Anáhuac presenta ventajas comparativas en las áreas de la investigación, humanidades, economía y matemáticas. Asimismo, presenta deficiencias en las áreas de hospedaje, alimentos y bebidas, transportación, patrimonio, dirección empresarial y mercadotecnia.

CAPÍTULO 4 ECONOMÍA Y EDUCACIÓN

Debido a que el fin último de esta investigación es evaluar el grado de congruencia entre el perfil del egresado de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac y el perfil que el mercado de trabajo demanda, es importante el conocimiento acerca de las teorías de la educación y cómo se relacionan éstas, con el desempeño de los egresados universitarios en el mercado laboral. El propósito de este apartado es estudiar algunas de las teorías económicas ligadas a la educación dadas por diversos autores.

4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS RELACIONES ENTRE LOS SISTEMAS EDUCATIVO Y PRODUCTIVO

Antes de la Revolución Industrial cuando el sistema de producción era primordialmente artesanal, la acreditación educativa previa al trabajo no existía, ya que el conocimiento necesario para el trabajo se aprendía directamente en él, a través de la experiencia y bajo la supervisión directa del maestro artesano.

Durante la Revolución Industrial con la transformación de este sistema de producción al sistema manufacturero capitalista, se impulsa el concepto de la necesidad de la escolaridad obligatoria, iniciándose la práctica de exigir a la fuerza laboral, alguna acreditación formal de su nivel de escolaridad como requisito para el empleo.

Así, se tiene que el proceso de transformación del sistema de producción artesanal a la forma de producción manufacturera fabril, implicó una ruptura en las formas de adquisición y transmisión del conocimiento. Fue entonces cuando se le atribuyó a la experiencia educativa, la capacidad de calificar a la persona para la producción.

Esta ruptura trajo como consecuencia cambios en las relaciones sociales de producción, tales como:

La no posesión de la mayoría de la población de los medios de producción; la aparición del trabajo asalariado como forma dominante de trabajo; el ofrecimiento de las diferentes capacidades y atributos de la fuerza laboral en el mercado de trabajo y por último, una diferenciación y jerarquización ocupacional. Todo esto produjo un nuevo modo de generación y distribución social del conocimiento.

Este proceso histórico de transformación del sistema productivo, que generó a su vez una transformación en el sistema educativo, fue el factor que impulsó a los economistas e investigadores a realizar estudios económicos y políticos sobre las relaciones entre los sistemas educativo y productivo de un país, creándose así una nueva rama de dicha ciencia denominada: Economía de la Educación.

Estos estudios e investigaciones cobraron importancia después de la Segunda Guerra Mundial, es decir, en la década de los 50's ó época de la posguerra, cuando varios economistas comprobaron que el crecimiento económico que habían alcanzado los países industrializados era superior a lo que se esperaba por los tres factores de producción que tradicionalmente eran considerados en la teoría económica: tierra, trabajo y capital. Ante esta situación, los economistas se vieron en la necesidad de conocer aquél factor que provocaba ese crecimiento inexplicado. Fue entonces cuando Moses Abramovitz, postuló que la ciencia económica ignoraba un factor de producción, el cual ingresó a la literatura económica con el nombre de "Factor Residual".

El factor residual es por tanto, una consecuencia de la incapacidad de los modelos tradicionales de desarrollo de explicar el crecimiento económico total de los países industrializados en periodos de crecimiento a largo plazo.

La composición de dicho factor anteriormente considerado como "inexplicado" fue: "el hombre educado". Es entonces cuando se le atribuye a la educación el aumento en el rendimiento material y en el crecimiento económico de un país.

Asimismo, en los países industrializados, especialmente en Estados Unidos, surgieron argumentos fundados en la idea de que los seres humanos deberían ser tratados como un recurso de capital, pues las habilidades obtenidas a través de la educación eran consideradas como determinantes en el aumento y calidad de la producción.

4.2 TEORÍAS ECONÓMICAS DE LA EDUCACIÓN

A continuación se describirán cinco teorías económicas de la educación, las cuales tratan de explicar, cada una en forma diferente, la relación e implicaciones de la educación y capacitación en la determinación de la productividad potencial de los individuos. Es importante aclarar que ninguna de estas teorías se considera como "la teoría válida y correcta" ya que cada una tiene cierta aplicabilidad.

4.2.1 TEORÍA DEL CAPITAL HUMANO

Es postulada por Schultz en el año de 1961. Su tesis central afirma que *la inversión en educación genera en la población escolarizada destrezas cognitivas que, a su vez, generan mayor productividad en el puesto de trabajo*. Es decir, la educación es la que convierte al hombre en factor de capital (capital humano), explicando así que una gran parte de los aumentos no explicados del ingreso nacional en Estados Unidos era debido a la formación de este factor de capital. Asimismo, el Estado considera que debe invertir en el ser humano, puesto que los conocimientos y habilidades que este adquiere con la educación, lo convierte en un hombre educado, más racional, con más cultura, con una mayor visión y rapidez en adquirir conocimientos, útil a la sociedad; pues será más productivo haciendo que el producto interno bruto y el ingreso de la nación se incrementen.

Es mucha más alta la productividad que genera el hombre con relación a lo que se invierte en él, pues se le remunera con base en la productividad, la cual está determinada por la experiencia educativa. Schultz (1961) expresa que la diferencia en salarios se debe básicamente a la diferencia en educación. Shaffer (1961) expresa que además existen otros factores que determinan la diferencia en salarios, tales como, la diferencia de status social, nivel socioeconómico de los padres, lugar geográfico (zona rural o urbana), raza, sexo, edad, color.

Schultz estipula que al invertir en educación, se mejora la calidad humana y se logra una mayor productividad contribuyendo así al desarrollo económico del país, por lo que considera al hombre como un bien de capital. A este respecto Shaffer plantea que la educación sí afecta en la productividad, pero lo hace "indirectamente", no como bien de inversión, pues no puede determinarse en qué grado se incrementa la productividad en relación directa con lo que se invierte en el hombre.

Shaffer critica el considerar al hombre como un bien de capital ya que considera difícil separar gastos de consumo de gastos de inversión. Es decir, no se puede asignar una tasa específica de retorno a la inversión hecha en el hombre, distinguiendo entre cantidad gastada y cantidad invertida. Entendiendo por tasa de retorno la retribución percibida por el hombre en términos monetarios (salario), debido a la inversión educativa hecha en él.

Hansen (1963), Becker (1964) y Hanoch (1967) para Estados Unidos; Blaug (1967) para Inglaterra y Carnoy (1967) para México y otros países latinoamericanos, realizaron estudios en los cuales se demostró que la tasa de rendimiento de la inversión educativa era más alta que la tasa de inversión en capital físico. Estos estudios, refuerzan lo postulado por la teoría del Capital Humano. Sin embargo, Gounder (1967) realizó estudios para la India, cuyos datos revelaron exactamente lo opuesto; la inversión en capital físico resultó ser más redituable en la India que la inversión en la educación, sin embargo, demostró al igual que Dennison que las diferencias de ingreso entre grupos homogéneos de personas con diferentes grados de educación dentro de la fuerza de trabajo, podrían ser usadas para calcular el valor esperado de la educación, no sólo en el individuo que recibía más educación, sino también en la economía en general, la cual, se manifiesta en un crecimiento en la producción lograda por aquellos que poseen más educación.

Los resultados de estas investigaciones demostraron que la teoría del capital humano proporcionó una razón de ser a la expansión masiva de la educación en la mayoría de los países. Si los gastos en la educación contribuyen al crecimiento económico, los gobiernos podrían, además de satisfacer la demanda de educación de su población, contribuir simultáneamente al crecimiento material general de la economía.

La persona educada, a su vez, generaría más demanda de bienes y servicios y por ello se crearían más empleos y estarían bien remunerados por el desarrollo del mismo.

La teoría del capital humano fue tomando auge en diversos países. Esto se manifestó en la gran inversión que los gobiernos hicieron en el sistema educativo apoyados en un gran optimismo de lo que la educación aportaría al crecimiento económico, a la distribución del ingreso y a la mayor igualdad social que consideraban indispensable para salir del subdesarrollo. De esta forma el sistema educativo se vuelve cada día más complejo.

4.2.2 TEORÍA DE LA FUNCIONALIDAD TÉCNICA DE LA EDUCACIÓN

La teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación surgió de la Teoría del Capital Humano, brindando a esta última importantes aportaciones, entre las cuales destacan:

- El papel del progreso científico y tecnológico en el desarrollo, en la educación y en el mercado de trabajo.
- Las políticas generales de desarrollo educativo⁹

Una premisa central de la teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación es que el desarrollo de la historia y, en particular del capitalismo, depende de la acumulación y transmisión del progreso científico y tecnológico. El progreso es el motor de la historia y el factor determinante en el desarrollo económico y social. El papel principal del sistema educativo es el de servir de mecanismo social de acumulación y transmisión del conocimiento científico y tecnológico, funcional a las necesidades de la producción.

Esta premisa se basa en el enfoque de que "el hombre hace la historia", es decir, él, crea y produce las circunstancias necesarias para el progreso, que más adelante será la historia. Bajo este mismo enfoque, el papel de la educación es el de servir de medio de transmisión del avance científico y tecnológico provocando así el progreso y por tanto, el desarrollo económico e histórico de un país.

Para efectos de esta investigación tomaremos el enfoque contrario, que sustenta que "la historia hace al hombre", es decir, que son las circunstancias las que determinan al hombre.

Partiendo de la premisa de la teoría de la funcionalidad técnica de la educación que dice que el desarrollo de la historia y del capitalismo depende de la acumulación y transmisión del progreso científico y tecnológico se desprende que:

1. A mayor progreso científico y tecnológico, se requiere un constante aumento del nivel de calificación laboral. El progreso científico y tecnológico sustituye las tareas repetitivas que hacía el hombre mediante la automatización, por tanto, se requiere un mayor nivel de calificación de quienes hacían las tareas repetitivas, ya que las nuevas tareas serán más complejas y, requerirán una mayor calificación de la fuerza laboral.

⁹ Cfr. R. Collins. *Functional and Conflict Theory of Educational Stratification*. A.P. Review. Vol.36.

Esto a su vez establece que:

2. Cada ocupación o puesto de trabajo requiere de un tipo y nivel específico de calificación de fuerza laboral, cuya formación es responsabilidad del sistema educativo formal.

Esto es, debido a que el continuo progreso científico y tecnológico en los sistemas de producción, aumentan los requisitos de calificación para cada ocupación, por lo que cada vez se hace más necesaria una relación estrecha entre la formación y la ocupación. Esto conlleva a afirmar que el sistema educativo es el responsable de la transmisión de los conocimientos científicos y tecnológicos funcionales a las necesidades de producción.

De lo anterior se deduce que:

- a) El papel de la educación es determinante en el desarrollo económico de un país, puesto que el sistema educativo es el responsable de transmitir el progreso científico y tecnológico, el cual es el motor de este mismo desarrollo.
- b) La experiencia educativa, es la que proporciona el nivel de calificación requerido para cada puesto u ocupación, por lo tanto ésta, es la que tiene la función de asociar la empleabilidad y la productividad de la fuerza laboral al tipo y nivel de acreditación educativa requerida para cada puesto.

Por tanto, el papel de la educación en esta teoría es preparar y formar los diferentes tipos de habilidades y conocimientos que se supone son objetiva y técnicamente requeridos por el sistema productivo.

- c) Para poder ocupar un puesto determinado, se requiere una cierta calificación, siendo el sistema educativo, el responsable de proporcionarla.
- d) La educación tendrá que ir cambiando de acuerdo a las innovaciones tecnológicas, ya que éstas, producen cambios en la estructura ocupacional, y por tanto, en los requisitos educativos que demanda cada puesto.

- e) Se remunera con base en la productividad, que es determinada por la combinación adecuada de habilidades y conocimientos requeridos en cada ocupación de trabajo.

La Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación, indica una relación estrecha entre la economía y la educación, ya que la capacidad productiva de un país no depende solamente de sus recursos naturales, infraestructura, instalaciones y maquinaria, sino también de la calificación o nivel educativo de la fuerza laboral. Por ello, el sistema educativo tiene la función de proveer un factor de producción: el recurso humano.

La productividad del recurso humano está en función de la capacitación ocupacional, es decir, de los conocimientos y habilidades, técnicas y capacidad para aprender (por ello la importancia que se le atribuye a la educación). Las características personales, tales como la edad, sexo, raza, etnia, modo de presentación y conducta personal, valores y actitudes, las consideran de importancia secundaria en lo que se refiere a productividad.

Como se mencionó anteriormente, **el sistema educativo formal, tiene la responsabilidad de formar a los individuos cumpliendo con los requisitos que el mercado de trabajo demanda;** de ahí que también sea importante el acreditar dicha educación mediante un certificado de validez oficial, ya que éste, será lo que permite a los empleadores comprobar el nivel de calificación educativa del individuo, haciendo así más eficaz la selección del individuo necesaria para la producción. Por otro lado, otra de las funciones de la acreditación es darle al individuo mayor probabilidad de empleo bien remunerado.

Esta teoría plantea que *la desigualdad económica se debe a una desigualdad educativa*, es decir, un individuo con poca calificación educativa tendrá un puesto de baja jerarquía y, por tanto, su remuneración será baja.

Para acabar con la desigualdad económica, se propone una mayor expansión y disponibilidad de oportunidades educativas, es decir, que todos tengan la misma oportunidad de educarse.

El desempleo es descrito en esta teoría como un fenómeno causado por la incongruencia del contenido educativo y los requerimientos que establece el mercado de trabajo. Se dice que este problema del desempleo puede ser solucionado a través de una doble política:

- a) Adecuar el contenido educativo a las necesidades que marca el mercado de trabajo, es decir, la educación no está en un plano estático, sino que es dinámica y requiere de una continua especialización en todos sus niveles. Esta adecuación implica el eliminar o reducir aquellas áreas educativas saturadas que ya no sean rentables ni productivas
- b) Realizar una política social en la cual se oriente a los estudiantes hacia las nuevas áreas educativas que se crean de las nuevas necesidades del mercado de trabajo.

El desempleo, según esta teoría, no es considerado como un problema social, sino como un problema de opción individual, ya que el individuo y sus decisiones son libres frente al mercado de trabajo. Esto significa que el individuo es capaz de elegir libremente la modalidad educativa que ejercerá en un futuro dentro del mercado de trabajo.

Contrariamente a la Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación, en la que la unidad de análisis es el individuo y sus decisiones libres frente al mercado de trabajo, surge la Teoría Sociopolítica de la Educación, en la cual, la unidad de análisis está formada por las decisiones de grupos o clases sociales en conflicto entre sí.

4.2.3 TEORÍA SOCIOPOLÍTICA DE LA EDUCACIÓN

La Teoría Sociopolítica de la Educación, está orientada al enfoque de que "la historia hace al hombre", es decir, que son las circunstancias que vive el hombre las que lo determinan. "Las características que asumen en una sociedad determinada las relaciones entre la educación y el sistema productivo, son la expresión temporal de un largo proceso histórico de lucha, contradicción y conflicto entre los intereses de grupos o clases sociales antagónicos entre sí."¹⁰

Dicho de otra manera, es la confrontación entre los dueños de los medios de producción y quienes se ven obligados a venderles su fuerza laboral en el mercado de trabajo. Esta es una teoría general, una síntesis teórica, formada por aportes similares y complementarios provenientes de diversas disciplinas, tales como sociología de la educación, sociología del trabajo, historia del desarrollo económico, cuyo principal vínculo en común es la utilización de categorías de análisis entre las relaciones del sistema educativo y el sistema productivo.

¹⁰ V. Gómez. *Educación Superior, Mercado de Trabajo y Práctica Profesional (Análisis Comparativo de diversos estudios en México)*. Pág. 53

La Teoría Sociopolítica de la Educación establece que el sistema económico no se puede reducir solamente a la tecnología que emplea para producir bienes y servicios, tal como lo establece la Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación, pues la tecnología es, en parte, lo que marca el progreso, pero no totalmente. Hay que considerar los demás factores que intervienen en el sistema económico y que determinan el sistema productivo: cómo producir (tipo de tecnología a utilizar, organización y división del trabajo); para quién se produce y cómo distribuir socialmente la producción. Esto nos indica que es la naturaleza de las relaciones sociales de producción la que define las opciones técnicas y organizacionales en la producción y no la tecnología quien lo determina.

Por ejemplo, en el sistema capitalista, las características de las relaciones de producción más relevantes son:

- Que la mayoría de la población no posee bienes de producción y, por tanto, se ve obligada a ofrecer su fuerza de trabajo a los dueños de éstos.
- Las decisiones respecto a qué, cómo, cuánto y para quién producir, están determinadas por criterios particularistas. Son decisiones cuya especificación depende de decisiones sociopolíticas derivadas de la naturaleza de las relaciones sociales de producción dominantes.

Con esto, se puede comprender mejor la articulación entre el sistema productivo y el sistema educativo al expresar, basándose en las características anteriores, que los tipos y niveles de calificación requeridos por la fuerza laboral, para el acceso a las diversas ocupaciones y oficios no son diferencias de calificación y competencia para su eficaz desempeño, sino que son, más bien, diferencias de status, poder, autonomía, prestigio, remuneración y calidad de trabajo, derivadas de la definición y delimitación de cada puesto de trabajo efectuada por los dueños de la producción y de la ubicación que éstos, les otorgan a cada uno de los puestos en la jerarquía ocupacional.

Por ello, la selección de la fuerza laboral es expresada en términos de selección y diferenciación social.

La identificación de determinados requisitos de calificación o formación para una ocupación dada, no refleja necesariamente la calificación técnica realmente necesaria para el trabajo; sino el objetivo de diferenciarlo social y ocupacionalmente entre otros.

En esta teoría se establece que lo que cuenta en el proceso de selección, no son las similitudes educativas, sino las diferencias.

Por otro lado no se niega la función del sistema educativo en cuanto a que provee la calificación necesaria y requerida por un puesto de trabajo, pero es bien sabido que la selección ocupacional está determinada por mecanismos exógenos a lo educativo.

Asimismo, la calificación o acreditación educativa, no asegura ni garantiza el empleo ni la calidad del mismo; tampoco el aumento en el nivel de calificación del individuo garantiza su promoción ocupacional. Por lo tanto, *la naturaleza de las relaciones sociales de producción dominantes en la sociedad, es el factor determinante, de las diferencias salariales, de las condiciones de trabajo y de la jerarquía ocupacional y, por tanto de la especificación de los requisitos educativos para las diversas tareas y niveles ocupacionales.*

De esta manera se observa que contrariamente a la Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación, para esta teoría (sociopolítica de la educación), el tipo o nivel de formación de la fuerza laboral resulta determinante para orientar los diversos segmentos jerárquicos en que se encuentra dividido el proceso de trabajo.

Dicho de otra manera, el nivel de educación de cada individuo le indica al empleador el estrato social al que pertenece, facilitándole así, la selección del estrato ocupacional en que colocará al individuo. *No existe una división puramente técnica del trabajo, sino que es primordialmente, una división social del trabajo que está determinada por el contexto sociopolítico y por las relaciones sociales de producción.*

Esta división del trabajo no se da por un proceso natural que responda a las necesidades técnicas de la producción, sino que es la expansión del poder y control de quien tiene el capital, sobre la producción y sobre la fuerza laboral. Quien posee el capital decide la selección social de la fuerza laboral y la estratificación laboral.

4.2.4 TEORÍA DE LA FILA

Se realizaron trabajos posteriores para situar el papel de la educación y capacitación en la determinación de la productividad potencial de los trabajadores.

Algunos economistas consideraron que no eran importantes ya que la "productividad" representa un atributo de los empleos y no de personas. Lo explican de la siguiente manera: los empleos que están vinculados con números y moderno equipo de capital son los empleos de alta productividad y los trabajadores hacen "fila" por conseguirlos.

Una vez que el trabajador ha sido contratado, las habilidades cognoscitivas necesarias para aumentar su productividad al nivel que el empleo requiere, lo aprende por medio de programas de entrenamiento tanto formales como informales.

El criterio principal utilizado por parte de los empleadores en la selección de trabajadores en los empleos disponibles es su "aptitud para ser capacitados", es decir, aquellos que tienen las características previas que los patrones creen que puedan reducir los costos de capacitación son los que colocan a la cabeza de la fila y reciben el mejor empleo.

La Teoría de la Fila considera que la educación dentro del mercado de trabajo no se correlaciona con el ingreso, pues *"los conocimientos específicos que la educación les haya proporcionado a los trabajadores no los convierte en más productivos, más bien, la educación les proporciona a los patrones un procedimiento conveniente para identificar a aquellos trabajadores que pueden ser entrenados con mayor facilidad, basado al parecer, en valores y normas no cognoscitivas adquiridas por los estudiantes a medida que avanzan en la escuela."*¹¹

Esto nos hace reflexionar sobre si la educación es entonces una contribución a la productividad de los trabajadores o si se trata de un subsidio al patrón para hacerle más fácil la selección de trabajadores de distintos empleos, es decir, una transferencia de recursos a los propietarios de capital.

Bajo este punto de vista, la educación actúa como un mecanismo para distinguir a los empleados "deseables" de los menos deseables. Esta hipótesis de la "distinción" y el concepto de "fila" implican, ambos, que la educación no contribuye directamente al crecimiento económico, sino que sirve como un medio para escoger a la gente y asignarle empleos, siendo que los empleos de mayor o menor productividad pagan salarios mayores o menores.

¹¹ M. Carnoy. *Orthodox Theories of Labor Markets. Education and Employment* . Pág. 46

En la teoría de la "fila" la educación tiene como papel primordial el convertir a los estudiantes, no en trabajadores potenciales como en la Teoría del Capital Humano, sino en candidatos más susceptibles de ser entrenados para convertirse en trabajadores. La selección se basa en los certificados que se les otorga a los estudiantes a medida que van avanzando en la escuela, los criterios son necesarios para poder realizar una selección, pero no implica que éstos deban ser cognoscitivos o que sirvan para aumentar la productividad.

La teoría de la segmentación va todavía más lejos: en su versión más técnica, refuerza la teoría de la fila, afirmando que los salarios se encuentran en función de la clase de tecnología utilizada en ciertas industrias, y que existen barreras para entrar en la categoría de los empleados de altos salarios y de alta tecnología. Esta es la teoría del mercado de trabajo dual.

4.2.5 TEORÍA DE LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO DE TRABAJO

Las teorías anteriormente mencionadas se refieren a la relación existente entre los aparatos educativo y productivo o económico; de ahí que se consideren como teorías sobre "Economía de la Educación".

Para poder comprender la importancia y el papel que asume esta relación en una sociedad dada, es necesario analizar el funcionamiento del mercado de trabajo y en especial el papel que la educación juega en el mercado de trabajo de dicha sociedad.

La Teoría de la "Segmentación del mercado de trabajo" pretende dar una explicación al funcionamiento interno del mercado de trabajo en una sociedad determinada. Se deriva de proposiciones generales que conciben a la sociedad como aquella formada por la continua lucha de grandes fuerzas antagónicas (los dueños de la producción y quienes se ven obligados a ofrecer su fuerza de trabajo). Estas fuerzas antagónicas forman instituciones respectivas que obedecen a intereses particulares, generándose así diferentes empresas o instituciones sociales.

"La unidad de análisis en esta teoría no es ni la opción personal del trabajador, ni las características educativas de la fuerza laboral (tal como lo establecen las teorías antes mencionadas), sino la naturaleza de los mercados de trabajo en la sociedad, es decir, la estructura ocupacional y su diferenciación jerárquica, el grado de calificación o descalificación laboral generado por la división del trabajo, la distribución ocupacional del ingreso y el papel de la acreditación educativa en este contexto."¹²

Esta teoría plantea primordialmente que el mercado de trabajo no es homogéneo para todos los individuos y que aparece estructuralmente dividido en varios mercados de trabajo que son desiguales entre sí y que contienen diversos segmentos. Esta segmentación genera una estructura ocupacional jerárquica tal como:

- Nivel de concepción y gestión de la producción (trabajo intelectual)
- Nivel técnico - administrativo
- Nivel de ejecución de la producción (trabajo manual)

Estos niveles ocupacionales se diferencian entre sí por lo siguiente:

- Diferencia de salarios
- Diferencia de prestaciones sociales
- Diferencia de condiciones de trabajo
- Diferencia de grado de autonomía
- Diferencia de grado de responsabilidad
- Diferencia de requisitos educativos
- Diferencia de requisitos adscriptivos (edad, sexo, etnia)

"Los requisitos educativos y adscriptivos actúan como barreras a la posibilidad de movilidad ocupacional entre estos niveles. Esta movilidad se dificulta aún más debido a la organización de mercados internos de trabajo de cada nivel, siendo una de las principales funciones la de limitar y controlar el acceso a estas ocupaciones con el fin de proteger la promoción interna"¹³ Dicho de otra manera, la educación no es una factor de movilidad en esta teoría, sino que es una barrera que los empresarios utilizan para determinar su "pirámide ocupacional".

¹² R. Dore, *Educación y Estructura Económica: Marco Teórico y Estado del arte de la Investigación en México*. Revista del CEE Vol. II. Pág. 57

¹³ V. Gómez. *Op Cit*. Pág. 58

Los demás factores que mencionamos anteriormente como la diferencia en salarios, en prestaciones sociales, en las condiciones de trabajo, el grado de autonomía y responsabilidades, forman parte de la estrategia de los dueños o empresarios de asegurar la lealtad y el compromiso de la fuerza laboral con la empresa, y además para asegurar el control sobre el proceso educativo. Existen además ciertas categorías ocupacionales que están segmentadas por diferencias en el salario, estabilidad en el empleo y otras condiciones de trabajo.

La segmentación en el mercado de trabajo se da en dos niveles que son:

- 1- segmentación intraorganizacional
- 2- segmentación interorganizacional o intersectorial

La segmentación intraorganizacional se manifiesta en la segmentación entre la esfera de trabajo intelectual y la de trabajo manual. Es decir, la segmentación entre las ocupaciones gerenciales-profesionales, que son las funciones de concepción y gestión, las ocupaciones técnico-administrativas, que son de supervisión y control, y las manuales o de operación directa. Esta es la jerarquía ocupacional que puede existir dentro de una empresa.

La segmentación interorganizacional o intersectorial es según Souza R. y Tokman, la que se presenta cuando dos personas con perfil educativo similar y que desempeñan tareas similares obtienen ingresos y condiciones de trabajos muy desiguales entre sí, lo cual depende del poder económico y de la política laboral de la empresa a la cual pertenezca. Es decir, si su ubicación está en el sector moderno, dominante y oligopolítico de la economía, o si se encuentra en el sector artesanal, familiar, de baja productividad y bajos ingresos.

Este último sector labora en condiciones de subempleo crónico y abarca a más de la mitad de la población económicamente activa, urbana, en la mayoría de los países latinoamericanos.

Dentro de la segmentación interorganizacional, "las diferencias en salario y condiciones de trabajo entre personas con características educativas y laborales, son debidas a las características económicas y organizacionales de cada empresa"¹⁴

¹⁴ Altamir Piñera. *Educación y Estructura Económica: Marco Teórico y Estado del arte de la Investigación en México*. Pág. 50

La Teoría de la Segmentación Laboral postula que la estructura de salarios está determinada por factores ajenos a lo educativo, como: discriminación racial, sexual, poder del monopolio, puesto ocupacional, política de la empresa, poder sindical, etcétera.

Desde esta perspectiva, las diferencias salariales y de la fuerza laboral corresponden a razones sociales, políticas y económicas.

Así como el salario es asignado a la ocupación en función de su papel en la estructura ocupacional, de la misma forma los requisitos educativos para las diversas ocupaciones son asignadas según las necesidades que el puesto marca a éstas, (no viceversa como lo marca la Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación). La asignación de éstos requisitos educativos para cada puesto u ocupación se realiza primordialmente en función de la percepción subjetiva por parte de los patrones o dueños de las empresas, de los requerimientos actitudinales y conductuales de cada puesto o segmento ocupacional jerárquico y también de determinados tipos y niveles de educación y formación que a su consideración son necesarios

Dentro de esta teoría, (segmentación del mercado de trabajo) se plantea que, para los empleadores, "la educación les representa primordialmente una garantía de formación en los trabajadores de las virtudes cívicas y de carácter ético, responsable y confiable, y secundariamente la oportunidad de desarrollo de una capacidad de razonamiento, de abstracción y de aprendizaje de conocimientos y habilidades específicas necesarias para la producción"¹⁵

La educación parece ser utilizada por los empleadores como un indicador y garantía de la adecuada socialización en los valores y conductas necesarias para la disciplina industrial, por parte de los trabajadores.

A lo largo del desarrollo de esta teoría durante la década de los 70's, han sido planteadas dos principales tipologías de segmentación en el mercado de trabajo:

¹⁵ Ibid. Pág. 52.

I) **PRIMERA TIPOLOGÍA**¹⁶ - Esta tipología se fundamenta en que el mercado de trabajo no es homogéneo para todos y que está dividido en varios segmentos desiguales entre sí:

- a) segmento primario independiente
- b) segmento primario subordinado
- c) segmento secundario

II) **SEGUNDA TIPOLOGÍA**¹⁷ - Esta tipología se fundamenta en el concepto de la contradicción existente entre intereses sociales opuestos. Consta de cuatro diferentes segmentos ocupacionales:

- a) segmento de la "alta educación"
- b) segmento sindicalizado
- c) segmento competitivo
- d) segmento artesanal

4.2.5.1 SEGMENTO DE LA "ALTA EDUCACIÓN"

Está formado por un conjunto de trabajos altamente remunerados que requieren de altos niveles de educación. Los principales tipos de ocupaciones en este segmento son gerenciales y administrativos.

El acceso a este segmento está restringido a aquellos individuos que poseen no sólo los más altos niveles relativos de educación, sino además, el tipo o calidad de acreditación que en cada contexto particular sea favorecido por los empleadores.

Estas ocupaciones conforman un segmento de carácter social, económico y cultural debido a la desigual distribución de las oportunidades educativas en las diferentes clases sociales.

4.2.5.2 SEGMENTO SINDICALIZADO

Este segmento está formado por aquellas ocupaciones cuyos procesos de selección, promoción y remuneración han sido formalizados por normas y contratos sindicales debidos al establecimiento de mercados internos de trabajo.

¹⁶ Cfr. Gordon, Reich, Edwards. *A Theory of Labor Market Segmentation* American Economic Review Vol 63 Mayo 1973.

¹⁷ Cfr. M. Carnoy. *Economía y Educación* Revista Educación No. 40 Abril - Junio México 1982.

Debido al progreso técnico (mecanización avanzada y automatización), los trabajos en este segmento han sido sometidos a un proceso de simplificación y rutinización, por ello en este segmento no se requiere de niveles altos de calificación. Son muy pocas las capacidades cognitivas requeridas, se requiere por parte del empleado, la capacidad para ejecutar instrucciones a satisfacción del supervisor.

Aquí aparece claramente limitado el papel de la educación formal en la calificación técnica y cognoscitiva para este segmento ocupacional. Los requisitos educativos para el empleo han sido elevados continuamente por los empleadores a partir del fenómeno de la expansión escolar, ya que consideran que: a mayor escolaridad relativa, más profundo habrá sido el proceso de socialización de la oferta laboral en las actitudes y valores congruentes con la división de trabajo en una estructura ocupacional desigual y jerárquica.

4.2.5.3 SEGMENTO COMPETITIVO

Comprende ocupaciones caracterizadas por salarios bajos, empleo inestable, malas condiciones de trabajo y pocas oportunidades de promoción y mejoramiento. (Corresponde a los segmentos primario subordinado y secundario de la tipología descrita anteriormente).

No se requiere de una calificación específica. Son trabajos simples, rutinarios, que pueden aprenderse rápidamente en la práctica.

La calificación laboral requerida es fundamentalmente de carácter actitudinal, no cognitiva.

Los criterios de reclutamiento generalmente no son educativos sino adscriptivos (características raciales, sexuales y étnicas, además de la edad) y actitudinales (aceptación de normas, respeto a la jerarquía, pocas ambiciones de realización personal, etc.)

Cuando la escolaridad de la fuerza laboral es utilizada como criterio de selección es debida a las razones de orden social y político anteriormente mencionada y no a razones técnicas económicas.

4.2.5.4 SEGMENTO ARTESANAL

Está compuesto por trabajos artesanales que requieren habilidades manuales tradicionales que sólo pueden aprenderse a través de una larga experiencia práctica. Estas ocupaciones constituyen el sector del auto-empleo. Varias de estas ocupaciones tienen buenos niveles de ingreso y ofrecen un alto grado de creatividad y autonomía personal.

4.3 IMPLICACIONES DE LAS TEORÍAS EN LA EXPANSIÓN EDUCATIVA DENTRO DEL CONTEXTO ECONÓMICO-SOCIAL

Como hemos visto a través del desarrollo de las teorías anteriores, es muy cuestionable el hecho de que existe efectivamente una correlación entre la educación y las ganancias, o que al haber mayores oportunidades educativas para la población, se mejore la distribución del ingreso y se favorezca la movilidad social.

Como ya se mencionó, algunos educadores pensaban que la educación tenía como papel principal el preparar mejor y hacer más felices a los ciudadanos; algunos economistas pensaban que se podía observar una correlación entre un mayor ingreso y una mayor educación. En esta interpretación de consumo, la familia con mayor ingreso compraba más educación para sus hijos pero no daba como resultado un mayor ingreso, sino más bien, un mayor ingreso daba como resultado un mayor consumo de educación. Así la educación no se consideraba como una variable de política para incrementar el crecimiento económico.

Otra cuestión que surge sobre el papel de la educación es su contribución al crecimiento económico; es decir, la relación existente entre las ganancias y productividad. Dicho de otra manera: ¿El incremento de un nivel educacional a otro causa una mayor productividad? ¿Los ingresos igualan la productividad?

Por otro lado existe la postura de apreciar a la educación como una inversión, es decir, pensar que al adelantar más en la escuela, las ganancias serían mayores, tendrían mayores ingresos. La educación producía un producto agregado, el cual sería retribuido monetariamente por el empleador.

Si esto funcionara de esta manera, la educación sería un distribuidor, asignaría más ganancias a aquellos que tuvieran mayor educación y menos ingresos a aquellos que tuvieran menor grado de educación, aún cuando el producto marginal de ambos grupos fuera aproximadamente igual. Si este modelo lo transportáramos a nivel macro, "una mayor inversión de la sociedad en la educación no produciría necesariamente más bienes para ser distribuidos entre la fuerza de trabajo, sino que el modelo de la inversión entre individuos y grupos, resultaría importante para determinar quién recibiría la parte del producto que iba destinada a la fuerza de trabajo. Tampoco un nivel superior promedio de educación, conduciría a un mayor ingreso per capita"¹⁸

El análisis del papel de la educación en el cambio económico se ha desarrollado rápidamente en los últimos 20 años. Aunque existen varias hipótesis en conflicto referente a la relación entre la educación y la productividad; la educación y la discriminación; y entre la educación y la distribución entre sueldos y salarios.

La confrontación principal que se ha presentado reside en la interpretación de un gran acervo de datos y en el énfasis en algunos resultados antes que en otros.

A continuación se presentarán puntos de vista diferentes sobre la expansión educativa, el punto importante aquí no es tanto su diferencia, sino la estructura teórica que se plantea sobre las relaciones entre la educación y la estructura económica, social y política; y el papel que ésta, juega en las mismas.

La planificación educativa en cada país, dependerá del concepto de educación que se tenga y del papel que se le atribuya a ésta, en el contexto.

En los países latinoamericanos se piensa que al elevar el perfil educativo de la fuerza laboral se contribuye a aumentar la productividad laboral y, por tanto, se aumenta el mercado interno al haber una mejor distribución del ingreso. Se plantea además, que gracias a la mayor productividad potencial de la fuerza laboral educada, ésta es más empleable, lo cual da como resultado una disminución en las tasas de desempleo.

Este punto de vista está basado en la teoría del capital humano, la cual postula que la capacidad productiva del individuo reflejada en el valor otorgado a su trabajo (salario) es determinada por la inversión que realizó en el desarrollo de su capital humano.

¹⁸ M.Carnoy. *Op Cit* Pág. 42

Primero, por medio de la educación formal y posteriormente mediante continuas inversiones en adiestramiento en el trabajo (capacitación, recalificación).

El supuesto básico de esta teoría es que cada persona invierte en la formación de su capital humano hasta el punto de que continuar invirtiendo en una unidad adicional de formación ya se convierte en un costo superior al ingreso adicional que ganaría en el tiempo (utilidad marginal).

Esta forma de pensar de los países subdesarrollados tiene ciertas implicaciones en la planificación educativa, como el que los gobiernos inviertan una gran parte en educación para poder proporcionar más educación y de mejor calidad, pues consideran que es indispensable para que la sociedad se inicie y se transforme en un país moderno.

A pesar de que estas teorías hacen algunos planteamientos válidos y que sus pretensiones son buenas, a través de los años se ha comprobado que estas teorías al llevarse a la práctica no dan los resultados que se esperan de ellas, pues el desarrollo de un país no depende únicamente del nivel general de educación de la fuerza laboral o de la acumulación y transmisión del conocimiento científico y tecnológico, sino que también influyen factores políticos, económicos y sociales que estas teorías no toman en cuenta.

Así pues, estas teorías no contemplan la diferencia entre lo que es el progreso y el desarrollo económico, pues progresar es marchar hacia adelante y desarrollo es marchar hacia adelante, aunado a la eficiencia económica y a la justicia social. Lo uno y lo otro son inseparables.

Si se toma en cuenta únicamente el progreso, lo que se da es una brecha más grande entre las clases sociales, pues únicamente las clases altas gozan de dicho progreso; se crea, por tanto, una situación cada vez más elitista y de menor justicia social.

Hasta hoy la mayoría de la gente ha aceptado como válidos los planteamientos de la teoría del capital humano y de la funcionalidad técnica de la educación, pues piensan que la educación tiene como función principal el crecimiento económico, pero si las masas de una estructura social en particular piensan que no se está maximizando el producto total, sino únicamente el rendimiento del capital y el ingreso de ciertos grupos, la educación puede tener un efecto negativo sobre el crecimiento económico.

Indudablemente, la educación contribuye al crecimiento económico, pero la pregunta sería: ¿Cuánto y en qué forma contribuye? Se concluye que la contribución es probablemente menor de lo que pensaban los primeros teóricos del capital humano y economistas del desarrollo y que el proceso es más complejo. La correlación entre ganancias y educación recoge muchas otras influencias sobre las ganancias que también se encuentran correlacionadas con la educación.

Por otro lado, "es un hecho detectado y probado que el mercado en México está formado por capas de trabajadores: impreparados, especializados, de escritorio y profesionales"¹⁹

La pregunta es: ¿por qué de estas capas y por qué son impermeables para los de más abajo?. Aquí se justifica la postura de la teoría sociopolítica que no cree en los mercados perfectos, ni en la libre elección, ni en los automatismos de educación entre la oferta y la demanda; por el contrario, afirma que el mercado de trabajo es duro y manipulado, no natural. Las causas que originan este mercado de trabajo son históricas, étnicas, discriminatorias; y las fuerzas que hacen que se mantenga así son políticas, sindicales, capitalistas o ancestrales, es decir, se desprenden del origen y desarrollo histórico de nuestro mercado de trabajo.

Una crítica que se puede hacer a la teoría sociopolítica de la educación es que sus postulados son un tanto extremistas, ya que dejan a un lado las decisiones del individuo frente al mercado de trabajo y niegan toda posibilidad de movilidad social.

Esta postura es un tanto exagerada, ya que la educación le ofrece a una persona una preparación cognitiva para realizar ciertas tareas y puede darse el hecho de que exista cierta movilidad social, aunque no siempre sea la educación la que da acceso al individuo a otras jerarquías ocupacionales más altas.

Además esta teoría desvaloriza la educación, ya que niega que la educación influya en el mercado de trabajo, lo cual también resulta falso, puede darse el caso de que se presenten a una empresa varios individuos con las mismas características sociales, pero con diferentes niveles educativos y la empresa contratará al de mayor nivel educativo. Por lo tanto la educación tiene valor e influencia.

¹⁹ Carlos Muñoz Izquierdo. *Expansión Escolar, Mercado de Trabajo y Distribución del Ingreso en México*. Revista del CEE Vol I. 1974. Pág. 8.

El valor que se le dé a la educación en esta teoría es el de garantizar el proceso de socialización, ya que el mercado de trabajo siempre tendrá una estructura ocupacional desigual y jerárquica.

Por último, al analizar las premisas principales de la teoría de la fila y la teoría de la segmentación del mercado de trabajo, se puede concluir que una de sus principales hipótesis es que:

“las diferencias existentes en el mercado de trabajo son causadas por las características mismas de las ocupaciones y no por los atributos endógenos de la fuerza laboral”²⁰; es decir, las características de la demanda laboral son las que determinan las condiciones de empleo de la oferta disponible, no es el nivel de educación de la fuerza laboral lo que determina a la demanda como lo plantea el capital humano y sostienen los países latinoamericanos, sino por el contrario, las características del mercado de trabajo determinan la fuerza laboral.

De esto se deriva una implicación importante del papel de la educación en esta teoría: “Los esfuerzos en elevar el perfil educativo de los trabajadores, tanto en el segmento competitivo como en el organizado o sindicalizado, tienen un efecto muy limitado sobre la mejor distribución del ingreso”.²¹

De todo lo anterior se desprenden las siguientes interpretaciones:

Estas teorías plantean que no existe asociación alguna entre productividad laboral y determinados tipos y niveles de escolaridad; sin embargo, es evidente que un aumento general de la escolaridad de la fuerza laboral tiene un efecto importante en la productividad a nivel global. Es decir, si se aumenta el nivel de educación habrá un efecto positivo en el producto interno bruto.

Estas teorías (la de la fila y la de la segmentación) sólo contemplan a la educación relacionada con el ingreso, pero la educación tiene además otras funciones como la de socializar, aumentar la calidad de la producción, capacitar para realizar ciertas tareas, etc., pues no hay que olvidar que el aumento de escolaridad no es la única condición en el aumento del ingreso, sino que existen factores exógenos que propician la situación

²⁰ M. Carnoy y R. Carter. *Orthodox Theories of Labor Markets Education, Work and Employment*. 1980. Pág. 62

para poder tener la oportunidad de un empleo en el cual se pueda hacer carrera, lo cual sólo se puede lograr con capacitación.

Por otro lado, el papel de la educación, como ya se mencionó, no es únicamente el de ser distribuidora de ingresos, pues es bien sabido que mediante políticas gubernamentales sobre los ingresos del trabajo, se mejora de forma más eficaz la distribución del ingreso en comparación con lo que se mejorarían con políticas educativas, pero estas últimas sólo afectan el perfil educativo de la oferta laboral, pero por otro lado, se requiere de la educación para poder realizar ciertos trabajos y es entonces cuando el perfil educativo tiene influencia sobre la producción. No hay que olvidar que el producto interno bruto aumenta cuando se da un incremento en el nivel educativo general, aunque los ingresos individuales no aumentan en la misma medida.

Como conclusión se puede decir que estas teorías ofrecen un marco interpretativo que permite claridad en cuanto a las decisiones políticas referentes a la relación existente entre educación y empleo y plantean que dicha relación es de naturaleza fundamentalmente política y no técnico-económica (educación-ingresos), tal como lo plantea la teoría socio-política de la educación.

En resumen, los principales resultados de la expansión escolar en las últimas décadas son:

- Por una parte una creciente polarización social expresada en términos del desempleo intelectual y la sobre-escolarización relativa de algunos pocos.
- Por otra parte el analfabetismo y bajos niveles de escolaridad de la mayoría, causada por el patrón altamente desigual de desarrollo educativo durante las dos décadas anteriores.

Además, los objetivos del desarrollo económico, social y cultural que se esperaba contribuyeran a la expansión de la escolaridad, se han visto ampliamente frustrados:

- El desempleo intelectual crece continuamente, la mayoría de las personas educadas son subutilizadas en sus puestos de trabajo y ocupaciones.

²¹ V. Gómez, *Op Cit.* Pág. 62.

- Los requisitos educativos para el acceso al empleo se elevan continuamente, a pesar de no ser estrictamente necesarios para la productividad.
- Existe una gran discriminación en las oportunidades de empleo organizado para la mayoría de la población con baja escolaridad.

Al recorrer las diversas teorías que tratan de explicar el mercado de trabajo, se encuentra que todas, unas tal vez más que otras, se quedan cortas. Por otro lado, se nota que todas están en proceso de maduración. Hay correcciones y dentro de una misma línea de pensamiento, pero hay también nuevos "puntos de vista" que enfatizan una parcela y que quieren acabar con el resto.

Para cada teoría, la educación juega un papel diferente, por lo que existen diferentes puntos de vista de la expansión educativa.

4.4 TEORIAS DE LA EDUCACION, ENFOCADAS A LA ACTIVIDAD TURISTICA

Al tratar de enfocar estas teorías a la actividad turística, se puede observar que no se puede hablar de una teoría en especial ya que cada una tiene relación con el turismo de alguna manera, sin embargo, las teorías más aplicables son la *Teoría de la Segmentación de Mercado de Trabajo* y la *Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación*, ya que la primera plantea, primordialmente, que el mercado de trabajo no es homogéneo para todos los individuos y aparece dividido en varios mercados de trabajo desiguales entre sí y que contienen diversos segmentos, caso que aparece también en el sector turismo ya que este se divide en diferentes tipos de actividad, como el trabajo intelectual, el administrativo y el trabajo manual. Cabe destacar que estos niveles se diferencian entre sí por diversos factores como son la diferencia de salarios, de prestaciones sociales, de condiciones de trabajo, así como las actividades desarrolladas durante el trabajo. Esta segmentación se puede ver claramente en la barrera que los empresarios utilizan para determinar su pirámide ocupacional y por otro lado los factores que diferencian la segmentación del mercado de trabajo forman parte de la estrategia de los dueños para asegurar lealtad y compromiso de la fuerza laboral de una empresa.

Otra forma de segmentación del mercado de trabajo que se da en esta teoría es la segmentación intraorganizacional y la interorganizacional en donde también se observa una estrecha relación con el ámbito turístico ya que la primera divide trabajo intelectual y trabajo manual, mientras que la segunda presenta la desigualdad de ingresos entre dos personas con perfil educativo similar y que desempeñan tareas muy diferentes.

En el caso del Turismo, como en otros, debería ser que entre mayor preparación, mayor ingreso y mejor puesto, pero se da el caso de desigualdad en ingreso y condiciones de trabajo entre personas con la misma preparación profesional dadas por discriminación racial, sexual, poder del monopolio, puesto ocupacional, etc.

Como se puede apreciar, esta teoría está enfocada al aspecto económico o de remuneración del trabajo, es por esto que también se relaciona al sector Turismo con la *Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación*, ya que esta teoría se enfoca al progreso científico y tecnológico de las empresas, lo que hace demandar personal más capacitado para poder efectuar las labores.

En la actividad turística, el papel de la educación es preparar y formar los diferentes tipos de habilidades y conocimientos requeridos por el sistema productivo, lo cual trata de subrayar esta teoría. En contraste con la teoría anterior, la Teoría de la Funcionalidad Técnica de la Educación afirma que la remuneración económica debe ser con base en la productividad y no al nivel jerárquico ocupado dentro de la empresa. Es importante aclarar que aunque la remuneración se de con base en la productividad, siempre existirá una división jerárquica que marque una importante línea divisoria con respecto a los ingresos.

CAPÍTULO 5

CARACTERIZACIÓN DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA PLAN 1987 Y SUS IMPACTOS

5.1 AREAS ACADÉMICAS

La Licenciatura en Administración Turística se divide en varias áreas académicas o ejes estratégicos que a continuación se describen:

❖ **Administrativa y Mercadotecnia.** El objetivo es proporcionar las técnicas administrativas para su aplicación en empresas turísticas. Asimismo, proporciona al alumno los conocimientos suficientes sobre métodos y técnicas de investigación con fundamentación científica que se apliquen al ámbito de la actividad turística, así como también se pretende dotarle de las diversas herramientas e instrumentos para el diseño, distribución, promoción y comercialización de productos y servicios turísticos dentro de la perspectiva de liderazgo.

Esta área comprende un total de 8 materias: Introducción a la Administración, Proceso Administrativo, Desarrollo Empresarial, Administración Pública, Auditoría Administrativa, y 3 Mercadotecnias; las cuales representan el 14.03% del plan de estudios actual.

❖ **Contable y Financiera.** El objetivo de esta área es: proporcionar las técnicas contables y financieras que como futuros administradores les serán necesarias para el desarrollo de sus funciones. Dentro de las materias de esta área se encuentran 2 contabilidades, 1 materia de costos y 3 de finanzas, lo que representa el 10.52% del plan de estudios.

❖ **Legal y Humanística.** Cuyo objetivo es hacer que el alumnado comprenda la naturaleza y evolución social y humanística dentro del marco jurídico aplicable a las empresas turísticas en el proceso de desarrollo de México. Dentro de esta área se imparten 8 materias: Sociología, Psicología Industrial, Recursos Humanos I y II, Introducción al Derecho y Legislación Turística, siendo estas el 19.29% del plan de estudios.

- ❖ **Matemáticas y Sistemas.** El objetivo de esta área es proporcionar las herramientas de matemáticas, informática y sistemas para la toma de decisiones dentro de la Administración Turística como parte integral de la formación de los Licenciados en Administración Turística. Esta área está compuesta por 5 matemáticas, 2 informáticas y 2 sistemas de información para la administración, estas materias forman el 11.78% del plan de estudios

- ❖ **Prácticas y Servicios Turísticos.** Su objetivo es proporcionar al alumnado la oportunidad de conocer el campo de acción de la actividad turística, experimentando las diversas tareas realizadas en establecimientos de hospedaje, de alimentos y bebidas, de transporte y de comercialización. Se imparten 5 materias, las cuales son: Tecnología y Administración del Hospedaje y sus laboratorios, Tecnología y Administración de Alimentos y Bebidas y Transporte y Comercialización; estas materias constituyen el 12.28% del plan de estudios.

Es importante mencionar que los estudiantes de esta licenciatura tienen la obligación de realizar prácticas dentro del campo laboral, (600 horas como mínimo) con el propósito de conocer el ámbito laboral de la actividad turística, complementar los conocimientos adquiridos y llevar sus conocimientos a la práctica, y de esta forma lograr que haya una vinculación escuela - empresa.

Para efectos de estas prácticas, los alumnos deben realizar 200 horas en cada una de las tres áreas básicas que son: Hospedaje, Transportación y Alimentos y Bebidas y si así lo desea, puede realizar prácticas en otras áreas como son Planificación, Corporativos, y Viajes de prácticas. Para esto, la coordinación de prácticas de la escuela tiene convenios con varias empresas para facilitar al alumnado la realización de sus prácticas.

- ❖ **Economía.** Tiene por objetivo ubicar al estudiante ante la realidad económica mundial y su interrelación micro y macro económica con el turismo. Se imparten 4 materias: Microeconomía, Macroeconomía, Problemas Económicos de México y Comercio Internacional, que representan el 12.28% del plan de estudios.

- ❖ **Turismo e Investigación.** Tiene como objetivo el analizar las escuelas y metodologías del conocimiento turístico, aplicando marcos teórico conceptuales para el diagnóstico, tendencias e identificación de estrategias para el sector, sus empresas e instituciones en México y en el resto del mundo.

Esta área cuenta con 6 materias: Introducción al Estudio del Turismo, Sistemas turísticos, Análisis del Turismo, Planificación Turística, Formulación de Proyectos y Evaluación y Administración de Proyectos, estas materias constituyen el 7.01% del plan de estudios.

- ❖ **Laboratorio de Alimentos y Bebidas.** Su objetivo es capacitar al alumnado en el conocimiento y las diferentes técnicas y presentaciones culinarias, así como sus características nutricionales. Esta área imparte 2 laboratorios de alimentos y bebidas, estas materias representan el 3.5% del plan de estudios.

Las tipificaciones mencionadas funcionan como ejes medulares del diseño curricular desarrollado hasta ahora.

5.2 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA LICENCIATURA

A continuación se presenta una descripción detallada de la actual situación de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anahuac.

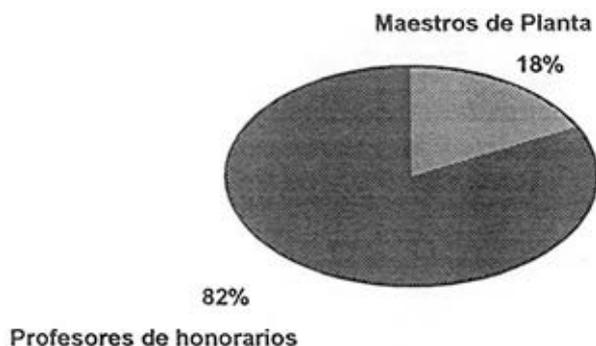
La seriación o relación de una materia con una antecedente, se muestra en la siguiente gráfica:

GRÁFICA 21. *Seriación de materias del plan de estudios 1987 de la Lic. En Administración Turística de la Universidad Anáhuac*



El cuerpo docente de la licenciatura es de 36 profesores los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

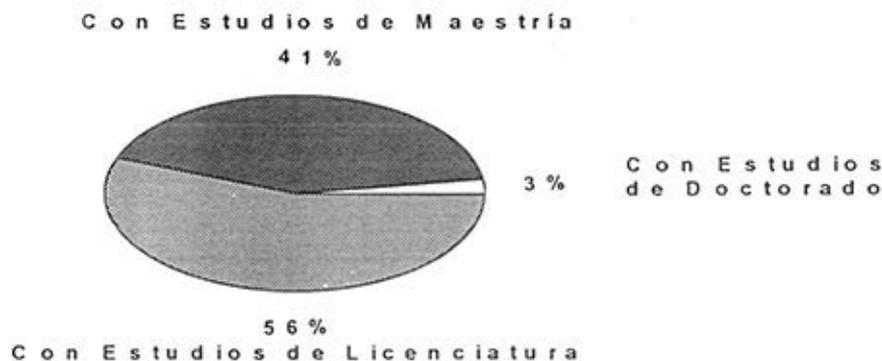
GRÁFICA 22. *Cuerpo docente de la licenciatura en Administración Turística*



Fuente: Investigación realizada por los maestros de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac, 1996-1998

Se cuenta con maestros con estudios de licenciatura, maestría y doctorado, el grado académico del cuerpo docente se distribuye de la siguiente manera:

GRÁFICA 23. *Grado Académico del cuerpo docente de la escuela*

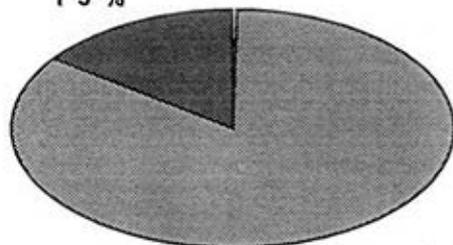


Fuente: Investigación realizada por los maestros de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac, 1996-1998

En cuanto al grado académico de los maestros de planta, se tiene que:

GRÁFICA 24. Grado Académico de los maestros de planta

Con Estudios de Doctorado
15 %



85 %

Con Estudios de Maestría

Fuente: Investigación realizada por los maestros de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac. 1996-1998

CUADRO 3. Análisis de las generaciones de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac

GENERACIÓN	SEMESTRE								EGRESADOS	TITULADOS				
	1	2	3	4	5	6	7	8		TESIS	CON GRA	INT	TOT	%
GEN 75-79	36	37	29	28	21	21	20	20	20	6	3	1	10	50
GEN 76-80	50	39	39	39	28	26	25	24	24	11	2		13	54.1
GEN 77-81	97	71	58	58	55	52	52	52	52	25	2		27	51.9
GEN 78-82	96	79	65	63	63	63	62	61	61	25	3		28	41.9
GEN 79-83	98	99	69	68	66	68	64	64	64	28	7	1	36	61.2
GEN 80-84	115	105	87	78	71	71	71	68	68	27	9		36	52.9
GEN 81-85	101	89	67	64	60	59	58	57	57	18	4		22	38.6
GEN 82-86	64	44	44	42	40	38	37	37	37	16	5		21	56.7
GEN 83-87	61	50	47	42	35	35	32	32	32	17	5		22	68.7
GEN 84-88	70	45	42	42	37	33	31	28	28	10	9		19	67.8
GEN 85-89	90	69	50	46	44	44	44	44	44	13	6		19	43.1
GEN 86-90	121	85	68	67	60	60	60	60	60	20	24		44	73.3
GEN 87-91	92	61	52	47	43	40	40	40	40	17	11		28	70
GEN 88-92	100	78	62	61	52	52	46	41	41	13	8		21	51.2
GEN 89-93	134	107	77	71	71	72	71	71	71	25			25	31.2
90-93 FEB.	45	35	27	25	23	21	20	20	20	7			7	31.0
91-94 AGO	115	74	71	65	61	60	58	57	57	17			17	29.8
91-94 FEB.	45	34	29	26	24	22	23	18	18	6			6	33.3
91-95 AGO	136	108	90	80	72	70	69	68	68	11			11	16.1
92-95 FEB.	33	34	26	22	22	20	18	26	26	4			4	11.3
92-96 AGO	84	64	57	51	51	50	45	44	44					
93-96 FEB.	29	23	22	20	18	18	17							
93-97 AGO	71	57	52	48	45	43								
94-97 FEB.	40	22	16	15	18									
94-98 AGO	69	63	53	49										
95-98 FEB.	40	32	26											
95-99 AGO	42	37												
96-99 FEB.	30													
TOTAL	2104	1641	1325	1217	1080	1038	963	932	888	316	98	2	416	46.85

NOTA: CON GRA - Conocimientos Generales INT - Internos

Fuente: Investigación realizada por el Ing. Oscar Ibarra, profesor y coordinador del área de matemáticas de la Escuela de A. Turística 1996.

En el cuadro anterior se aprecia que desde que inició la licenciatura en 1975, han ingresado 2104 alumnos/as, de los cuales, sólo 888 han terminado los ocho semestres. De estos egresados, aproximadamente la mitad (416) se han titulado (con base en la fecha de realización de la investigación, 1996).

Así mismo, se aprecia que generalmente hay un importante abandono por parte de los alumnos en los primeros tres semestres de la licenciatura. De los alumnos que ingresan a la licenciatura, cada semestre, egresan aproximadamente la mitad de ellos.

La escuela de Administración Turística en su afán de mejorar continuamente, se ha propuesto varios proyectos, como son: el incrementar significativamente la matrícula, esto, se va a lograr mediante la implantación de un nuevo programa de promoción, mediante la participación de las preparatorias en eventos académicos, la realización de un video promocional. También se planea consolidar el equipo de maestros de planta y profesores de asignatura con el fin de elevar el nivel académico. Otro de los objetivos es analizar y renovar los planes de estudio vigentes de la licenciatura, lograr una integración real de los alumnos y profesores con la escuela y la misión propias de la universidad, renovar y mejorar el equipamiento de los laboratorios de alimentos y bebidas, lo cual se hará con un estudio comparativo de los laboratorios de universidades como la Universidad Anáhuac del Sur (UAS) y la Universidad Iberoamericana (UIA), para contribuir a esta labor, se organizarán diversas actividades para recaudar fondos y lograr el objetivo, tales como cursos de extensión en los mismos laboratorios.

También se pretende vincular eficazmente a la escuela con las empresas turísticas y con la Secretaría de Turismo con el objeto de dar a conocer y reforzar la imagen de Centro de Investigación en Turismo (CIENTUR) dentro y fuera de la Universidad, crear nuevas opciones de especialidades y diplomados y conformar un menú de cursos susceptibles de venderse a empresas. Otro de los objetivos de la escuela a futuro es impulsar el desarrollo de cátedras financiadas por empresas del sector con el objeto de potenciar los programas académicos de pos- grado y los proyectos de investigación aplicada. Fomentar el desarrollo y gusto por la investigación y en general, lograr que la escuela se sitúe en un nivel de liderazgo al nivel nacional e internacional

Cabe mencionar que todos estos objetivos ya se están llevando a cabo. Actualmente se tienen intercambios académicos con universidades tales como la Universidad del Mayab y la Universidad de Xalapa en México, y la Universidad Externado de Colombia y la Universidad de Ottawa, en el extranjero.

Así mismo se tiene un proyecto de movilidad estudiantil en conjunción con Estados Unidos y Canadá para la creación de un Programa Trilateral de Estudios Turísticos.

5.3 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN PARA EL TURISMO

El campo de la Administración es muy extenso, este apartado sólo tratará de dar una idea general de los aspectos básicos que abarca y se definirán algunos conceptos para poder entender la importancia de la administración para el Turismo.

“Administración es el proceso de realizar actividades y terminirlas eficientemente con y a través de otras personas”¹

Para entender claramente el papel de los administradores, hay que saber que ellos trabajan en organizaciones, siendo éstas, “un acuerdo sistemático entre personas para llevar a cabo un objetivo específico.”² Cada organización tiene un objetivo distinto, el cual se expresa en términos de metas. Todas las organizaciones están compuestas de gente y desarrollan una estructura sistemática que define y limita el comportamiento de sus miembros. Las organizaciones necesitan de administradores, ya que ellos son los que dirigen las actividades de otras personas y hacen posible que se lleve a cabo el proceso administrativo con sus cuatro fases para poder alcanzar las metas de la organización y tener un mayor control. En una misma organización hay varios niveles de administradores:

- Los administradores de primera línea son llamados generalmente supervisores. Son responsables de dirigir las actividades cotidianas de los empleados operativos.
- Los administradores de mandos medios tienen títulos como jefes de departamento, líder de proyecto, jefe de unidad, administrador de distrito, o gerente de división. Ellos manejan a otros administradores como a los supervisores o administradores de primera línea y son los responsables de traducir las metas establecidas por la alta administración en detalles específicos que otros administradores puedan realizar.
- Los Administradores de la alta administración tienen cargos como vicepresidente, presidente, director general, presidente del consejo. Esta es la gente que tiene la responsabilidad de establecer la dirección de la organización.

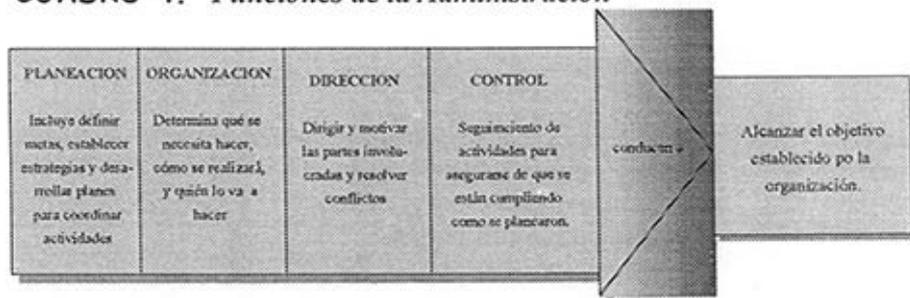
¹ Robbins y De Cenzo, *Op.Cit.* Pág.5

² *Ibid.* Pág. 3

Todos estos administradores llevan a cabo el proceso administrativo, el cual representa las funciones o actividades primarias con las que los administradores están comprometidos.

Estas funciones son clasificadas tradicionalmente como planeación, organización, dirección y control, las cuales están relacionadas entre sí y son interdependientes.

CUADRO 4. *Funciones de la Administración*



Fuente: Robbins, De Cenzo, *Fundamentos de Administración, Conceptos y Aplicaciones*, 1995 Pág. 6

La función de la planeación incluye definir las metas de una organización, establecer una estrategia general para alcanzar esas metas y desarrollar una jerarquía general de los planes para integrar y coordinar las actividades.

Organizar incluye determinar qué actividades deben realizarse, con quién se cuenta para realizarlas, cómo se van a agrupar las actividades, quién va a informar a quién y qué decisiones tienen que tomarse.

Dirección es el trabajo de dirigir y coordinar a la gente, incluye motivar a los empleados, dirigir a otros, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.

La función final que los administradores desempeñan es el control, el cual es el seguimiento de las actividades para asegurarse que se están cumpliendo como se planearon y corregir cualquier desviación significativa.

Todos los administradores realizan las cuatro funciones básicas de planeación, organización, dirección y control, pero para lograr hacer esto eficientemente, necesitan de ciertas habilidades tanto humanas, como conceptuales, técnicas y políticas.

5.3.1 HABILIDADES Y TOMA DE DECISIONES

“Las habilidades conceptuales se refieren a la habilidad mental de los administradores para coordinar los intereses y las actividades de la organización. Las habilidades humanas se dirigen a la habilidad para trabajar, comprender y motivar a la gente.

Las habilidades técnicas requieren que se utilicen herramientas, procedimientos y técnicas de un campo especializado.

Finalmente, las habilidades políticas se refieren a la habilidad personal para aumentar su poder, construir una base de poder y establecer las conexiones correctas”.³ Mientras más orientación se tenga en las habilidades para la búsqueda de las metas de la organización, cada vez será más claro que poseer y demostrar estas habilidades es muy importante para el éxito como administrador.

Las funciones de un administrador son muy amplias y variadas, juegan papeles simbólicos y ceremoniales, a veces sirven como figura decorativa, toman el rol de controladores y difusores, y sobre todo son constantes tomadores de decisiones, la cual es otra de las funciones importantes que un administrador realiza. Se entiende generalmente por esto al simple hecho de elegir entre alternativas, pero la toma de decisiones es mucho más que eso, implica una serie de pasos que empiezan al identificar una alternativa que puede resolver el problema y termina por evaluar la eficacia de la decisión.

Hay varios tipos de decisiones, como por ejemplo las decisiones institucionales, administrativas y técnicas y éstas son tomadas por diferentes niveles de administradores. De esta forma se tiene que:

- Las decisiones institucionales son tomadas por la alta administración ya que generalmente se da en condiciones de incertidumbre, es decir, cuando no se sabe lo que va a pasar al tomar esa decisión ya que no se tienen los elementos suficientes para tomar la decisión.
- Las decisiones Administrativas son tomadas por los administradores de mandos medios y se dan en condiciones de riesgo, es decir, se tienen elementos para tomar la decisión, pero no son lo suficientes, por lo que se pueden hacer probabilidades de qué es lo que va a pasar, sin embargo, no se tiene ninguna seguridad.
- Las decisiones Técnicas son tomadas por los administradores de primera línea, es decir, los supervisores o quienes se hacen cargo de los mandos operativos, estas son las decisiones más fáciles de tomar ya que tienen que ver con las actividades diarias

³ Ibid Pág. 12

y generalmente están relacionadas con el manejo de personas. En este caso si se tienen todos los elementos para tomar la decisión y se saben las consecuencias de la decisión.

5.3.2. LIDERAZGO

“El liderazgo es aquella capacidad de conducir una organización hacia el futuro elegido sin necesidad de Procedimientos de avance o, en otras palabras, es la cualidad que hace, por sí sola, converger los procesos espontáneos de una organización hacia el logro del proceso. Es una cualidad personal distinta de la capacidad para dirigir, ser líder supone, además, una cualidad complementaria: El arrastre.”⁴

Otra de las características que los administradores deben tener es la de ejercer como líderes. Líder se puede definir como aquella persona que es capaz de influir en otros y que tiene autoridad administrativa. Hay ciertos rasgos que diferencian a los líderes de los no - líderes. Tales características son:

CUADRO 5. Características de los líderes

• IMPULSO	Los líderes muestran un alto nivel de esfuerzo. Tienen un deseo de logro relativamente alto, son ambiciosos, tienen gran cantidad de energía, son persistentes, incansables en sus actividades y demuestran iniciativa
• DESEO DE DIRIGIR	Los líderes tienen fuerte deseo de influir y dirigir a otros. Demuestran la disposición al tomar la responsabilidad.
• HONESTIDAD E INTEGRIDAD	Los líderes construyen relaciones de confianza entre ellos y sus seguidores por ser confiables y no mentir o por mostrar una alta congruencia entre la palabra y la acción.
• INTELIGENCIA	Los líderes necesitan ser inteligentes para reunir, sintetizar, e interpretar grandes cantidades de información, además de ser capaces de tener visión, solucionar problemas y tomar decisiones correctas.
• CONOCIMIENTO RELACIONADO CON EL PUESTO	Los líderes eficientes tienen un alto grado de conocimiento sobre los asuntos de la compañía, de la industria y técnicos. Un conocimiento profundo permite a los líderes tomar decisiones bien informadas y comprender las consecuencias de dichas decisiones.
• AUTOCONFIANZA	Los seguidores buscan líderes por falta de autoconfianza, por tanto, los líderes necesitan mostrar autoconfianza a fin de convencer a los seguidores de la rectitud de las metas y decisiones.

Fuente: Robbins y De Cenzo, *Fundamentos de Administración, Conceptos y Aplicaciones*. Pág. 314.

⁴ Joan Ginebra. *El Liderazgo y la Acción, Mitos y Realidades*. Pág. 45

Es importante que un Administrador Turístico posea estas características ya que es el encargado de dirigir las empresas turísticas y tomando en cuenta la importancia que esta actividad tiene para el país, es necesario que sea dirigida por gente líder, gente preparada que sepa sacar el máximo provecho económico, al mismo tiempo que conservando los recursos del país.

5.3.2.1 TIPOS DE LIDERAZGO

Hay diferentes tipos de liderazgo, hay una clasificación básica que divide a los líderes en:

- *líderes transaccionales*, que son los que guían o motivan a sus seguidores en la dirección de las metas establecidas mediante el esclarecimiento del rol y los requerimientos de la actividad.
- La segunda división es la de los *líderes transformacionales* que son aquellos líderes que atienden individualmente, es decir, ponen atención a los intereses y necesidades de desarrollo de los seguidores individuales, cambian la conciencia de los problemas de sus seguidores ayudándoles a apreciar los problemas anteriores con nuevo sentido; son capaces de estimular, animar, e inspirar a los seguidores a dar un esfuerzo extra para lograr las metas del grupo. Dan estímulo intelectual y poseen carisma.⁵

5.3.3 AREAS QUE CUBRE UN ADMINISTRADOR

Como se puede observar, el campo de los administradores es muy amplio, ya que además de tener diversos roles en la empresa, también están involucrados con todas las áreas que conforman a las empresas. La organización básica de una empresa es la siguiente:

CUADRO 6. Organigrama General de una Empresa



Fuente: Elaboración propia del autor

⁵ Cfr. Ibid Pág. 326

- El área de producción de una empresa se dedica a transformar materias primas en productos semi-terminados o terminados para su posterior distribución y venta. En el caso de las empresas de servicios, el producto es intangible, por lo que el departamento de producción se dedica a la elaboración del servicio como tal, el cual puede ser la elaboración de un paquete turístico en una agencia de viajes, la preparación de los platillos y servicio en un restaurante, o simplemente el servicio de un taxista.
- El área de Recursos Humanos es la más importante en cualquier empresa, ya que sin este recurso, una empresa no puede funcionar. Este departamento se encarga de todo el procedimiento para la contratación y capacitación de nuevos integrantes a la empresa. También lleva el control de la nómina, y todo lo relacionado con la Ley Federal del Trabajo.
- El área de ventas y mercadotecnia se encarga de promover y vender a la comunidad, los productos o servicios que produce la empresa, a través de diversas herramientas con el fin de incrementar las utilidades de la misma y tener mayor penetración en el mercado.
- El departamento de contabilidad y finanzas es uno de los más delicados en las empresas ya que es donde se lleva el control de los activos de la empresa, así como de las entradas y salidas de dinero y controla las ganancias y pérdidas.

La departamentalización nace del principio que las actividades de la organización deben estar especializadas y agrupadas en departamentos, la división del trabajo crea especialistas que requieren coordinación, la cual se facilita al ubicar a los especialistas en departamentos bajo la dirección de un gerente. La creación de estos departamentos está generalmente basada en las funciones de trabajo desempeñadas, el producto o servicio que se ofrece, el consumidor o cliente objetivo, el territorio geográfico a cubrir, o el proceso empleado para convertir insumos en productos terminados, que son las diferentes formas de departamentalización.

Los administradores tienen que supervisar que las metas de la empresa se cumplan y que las líneas de comunicación entre los diferentes departamentos estén abiertas para poder tener operaciones más eficaces.

El turismo y sus empresas, como cualquier otra actividad, necesita de gente preparada que sepa sacar el mayor provecho de los recursos tanto del lugar, como de los atractivos, así como de la empresa turística de la que se trate, sea un hotel, restaurante, o cualquier otro tipo de empresa turística. Es necesario que haya gente consciente de que las empresas de servicios son igualmente importantes que las de producción y es necesario que sean administradas eficazmente.

5.4 IMPORTANCIA DEL ADMINISTRADOR TURÍSTICO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL

Como se puede observar, el turismo tiene efectos tanto en la economía, como en la sociedad y en la cultura, es por eso que la presencia de un Administrador Turístico es importante ya que hay que saber planear y administrar los recursos con los que cuenta un país y aprovecharlos de la mejor manera.

El caso de México es importante ya que el turismo es uno de los mayores generadores de ingresos para el país, es la actividad que se ubica entre los fenómenos de mayor impulso y prioridad nacional constituyendo uno de los sectores con más posibilidades de crecimiento a futuro. México es un país reconocido por sus bellezas naturales y por su cultura y esto ha permitido tener una fuerte afluencia turística tanto de nacionales como de extranjeros que vienen al país ya sea para descansar o para aprender un poco más acerca de nuestra cultura.

La presencia de un Administrador Turístico es importante ya que es un Administrador especializado en la actividad turística, la cual necesita de gente profesional que sepa apreciar la importancia que esta actividad representa para el país y que tenga conocimiento y vocación de servicio, que sepa aprovechar los recursos naturales, cuidando la cultura y bienestar de la población, y al mismo tiempo tratando de sacar el mayor provecho económico. Realizar esto es difícil y es por eso que es importante tener gente preparada en el campo. Los Administradores Turísticos son administradores especializados en esta actividad, que además tienen las posibilidades de tomar decisiones en cada uno de los elementos que conforman el sistema turístico, las cuales afectan de manera directa o indirecta a la actividad turística. Así también, los Administradores Turísticos son capaces de ejercer un liderazgo que oriente el mejor funcionamiento de las empresas turísticas y en muchos otros ámbitos de los servicios. Un Administrador Turístico puede ejercer sus funciones dentro de una diversidad de áreas dentro de la empresa, pueden ejercer su profesión incorporados a una Institución o de manera independiente como consultores de la iniciativa privada y del sector público o bien en empresas privadas. El sistema turístico es un sistema con múltiples interrelaciones que requiere de gente especializada y altamente profesional.

De cualquier forma, su presencia es importante ya que todas las actividades turísticas tienen una gran necesidad de ser dirigidas con una administración efectiva en cada una de sus áreas, y con tomadores de decisiones que garanticen su desarrollo en el mercado y la sociedad.

Como se puede observar el campo de acción de los Administradores Turísticos es muy amplio y de suma importancia ya que como se explicó anteriormente, el turismo es de suma importancia para el país y requiere de ser dirigido por gente especializada.

CAPÍTULO 6

PLAN DE ESTUDIOS REESTRUCTURADO:

JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Se puede afirmar indudablemente que el profesional dedicado a la actividad turística, es un profesional inmerso en el sector económico de los servicios, es decir, en el sector terciario de la economía ya que el turismo involucra actividades de servicios propias de este sector.

Por ello corresponde en este momento, precisar la importancia de los servicios y su evolución dentro de la economía mundial.

El crecimiento de este sector ha estimulado la necesidad de contar con profesionales de alto nivel para reponder a los requerimientos del mismo, lo cual justifica la presencia de licenciaturas especializadas en atender a una rama de los servicios tal como lo es el turismo.

6.1 LOS SERVICIOS

Dentro de una perspectiva económica, se puede afirmar inicialmente que un servicio es un bien inmaterial o un producto intangible, sin embargo, tal idea resulta muy limitada por lo que profundizando un poco más se afirma que el servicio es:

“ la realización del trabajo del hombre con el fin de satisfacer necesidades ajenas, capaz de lograr la satisfacción directa o indirectamente sin materializar los bienes”²⁷

Es posible afirmar que los servicios no han tenido una imagen muy favorable para los economistas, sobre todo los de la escuela clásica. Ya en el siglo XVII, Adam Smith, el padre de la economía clásica, criticaba el papel que desempeñaba en la economía el sector servicios, indicando que los servicios no producían valor alguno porque no se concretaban en un artículo permanente y vendible que pudiera permanecer al finalizarse el trabajo. Se afirmaba que un servicio perecía en el mismo instante en que se producía. (lo cual como se verá posteriormente, es una apreciación correcta.).

²⁷ Santiago Zorrilla. *Diccionario de Economía*. Pág. 211.

Karl Marx tuvo una idea más evolucionada de los servicios. Su argumento básico fue el que indicaba que todo valor de uso que satisfaga una necesidad, brote ésta, del "estomago o la fantasía", es una mercancía y el trabajo que lo crea, si valoriza el capital, tiene carácter productivo.²⁸

Los economistas de las primeras décadas de este siglo, definían el componente servicio de la economía como algo residual, esto es, como la diferencia entre los salarios reales y los dedicados a la producción de bienes.

Precisamente en este siglo, el análisis económico enfocó la atención sobre los servicios o el denominado sector terciario conformándose una teoría del desarrollo en la cual aparecía como etapa final del proceso histórico económico de la sociedad. La elaboración más común de esta teoría fue establecer etapas sucesivas de superioridad en el uso de la fuerza de trabajo en los sectores, de la agricultura a la industria y de ésta, a los servicios. La formulación de estas ideas parte de economistas como Allen G.B. Fischer (1935) y Colin Clark (1940).²⁹

Para el primer autor, en las etapas iniciales del desarrollo, al predominar la agricultura tradicional, ingreso promedio bajo y demanda básicamente de alimentación y vivienda, la producción de servicios es limitada.

En una segunda etapa, al crecer la industria y elevarse el ingreso promedio se expande la demanda de productos no esenciales. En una tercera etapa, con la elevación de la productividad y la reducción del empleo en los sectores primario y secundario y al aumentar el ingreso, surgen las condiciones para el desarrollo y demanda de servicios que permitirían al terciario asimilar la mano de obra expulsada de los otros dos sectores.³⁰

A continuación se muestra un cuadro en el que se refleja la evolución histórica del concepto "servicios", bajo la perspectiva económica:

²⁸ Guillermo Ibarra Escobar. *Economía Terciaria y Desarrollo regional en México*. Pág. 22

²⁹ *Ibid.* pág. 2.

³⁰ *Ibid.* Pág. 23

CUADRO 7. Evolución Histórica del concepto "Servicios"

ORIGEN DEL CONCEPTO	LOS SERVICIOS SON:
Fisiócratas (aprox.1750)	Todas las actividades, diferentes a la producción agrícola.
Adam Smith (1723-1790)	Todas las actividades que no terminan en productos tangibles
J.B.Say (1767-1832)	Todas las actividades no manufacturadas que agregan utilidad a los bienes
Alfred Marshall (1842-1924)	Bienes (servicios) que dejan de existir en el momento de la creación.
Países occidentales (1925-1960)	Los servicios no llevan un cambio en la forma de un bien.
Contemporánea	Una actividad que no lleva a un cambio en la forma de un bien.

Fuente: Walters, C.G. y Bergiel, B.J. Marketing Channels, Scott, Foresman, Glenview, Ill, 1982, pag.482.
Citado por Donald W.Cowell. *Mercadeo de servicios*. Pág.22

Dentro de la perspectiva mercadológica que de alguna manera tiene su esencia en los postulados económicos, se puede encontrar la definición que da sobre servicios la American Marketing Association (AMA), los describe como:

"Servicios son aquellas actividades identificables por separado, esencialmente intangibles que dan satisfacción a deseos y que no están necesariamente ligadas a la venta de un producto u otro servicio. Sin embargo, cuando se requiere ese uso, no hay ninguna transferencia de título (propiedad permanente) a estos bienes tangibles".³¹

Una definición importante es la de Phillip Kotler, importante estudioso de la mercadotecnia quien señala lo siguiente:

"Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta"³²

En esta cita se resalta el hecho de que un servicio no sólo es una actividad, sino también un beneficio o una satisfacción, por lo cual se reconoce su intangibilidad

Otra definición del mismo autor que profundiza en el concepto indica que:

"Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una de las partes puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no produce la propiedad de algo. Su producción puede o no estar ligada a un producto físico"³³

³¹ Ibid. Pág. 24

³² Phillip Kotler. *Dirección de Mktg*. Pág. 1063

Estas definiciones tienen en común el énfasis que se le da a la intangibilidad del servicio, sobre lo cual se detallará en párrafos posteriores.

6.2 EL SECTOR ECONOMICO DE LOS SERVICIOS

La aceptación de los servicios como auténticas actividades se refleja en la división actual de las actividades económicas también conocidos como sectores productivos y de los cuales ya se ha hecho referencia en el apartado anterior. Bajo este criterio se reconocen tres grupos de actividades: primarias, secundarias y terciarias, dando origen a tres sectores productivos, dentro de una perspectiva totalizadora: primario, secundario y terciario.

El sector primario de la economía abarca las actividades que se ocupan de la producción de materias primas, tomándolas de la tierra o extrayéndolas del subsuelo como en el caso del petróleo o bien, explotando las capacidades y energías propias de nuestro planeta, para obtener productos naturales como es el caso de las actividades agropecuarias.

Las actividades del sector secundario se refieren a los procesos industriales que se nutren de productos naturales provenientes del sector primario, para obtener otros bienes, capaces de satisfacer las crecientes necesidades de los individuos.³⁴

Las actividades del sector terciario comprende básicamente a los servicios, que como ya se ha mencionado se refiere a actividades en las que se involucra la intangibilidad, y que pueden o no estar ligadas a un producto u otro servicio. El conjunto de estas actividades integra todo un sector económico productivo.

La teoría de las tres etapas del desarrollo económico ha evolucionado y en la versión del economista Fourastié³⁵, se resalta el valor de los servicios. Para este autor, la teoría se apoya en dos leyes: la ley económica del progreso técnico, que tiende a igualar la productividad per cápita en los tres tipos de actividad. De esta manera, así como el hombre se ha liberado en gran parte del trabajo agrícola, lo mismo ocurrirá con el trabajo industrial, gracias al incremento continuo de la productividad, dando lugar a una expansión de los servicios.

La segunda ley, es la de la evolución de la población económicamente activa, ligada a los fenómenos del consumo, que conduce al predominio de la economía terciaria.

³³ Donald W. Cowell. *Mercadeo de Servicios*. Pág. 24

³⁴ Roberto Boullón. *Planificación del espacio turístico*. Pág. 25

³⁵ Jean Fourastié. Citado por Ibarra Escobar. *Op.cit.* Pág. 32

“Todo pasa, como si el consumidor se hallase de pronto saturado de productos alimenticios y luego de productos manufacturados; se halla ávido de los servicios de la actividad terciaria, que van de la entrega a domicilio de la leche, a la enseñanza, pasando por los transportes turísticos, la ondulación permanente, el cine y el concierto sinfónico”³⁶

6.3 IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS

El sector económico de los servicios ha venido adquiriendo una gran importancia en las últimas décadas. En los países industrializados como es el caso de los Estados Unidos, de acuerdo con el texto de Ibarra Escobar, 7 de cada 10 empleos y dos terceras partes del PNB han sido en servicios.

Siguiendo con el texto de Ibarra se puede señalar que la expansión de los servicios se ha dado de la siguiente manera:

De los servicios personales no calificados que se consumían en las colectividades tradicionales para socializar en la vida urbana al exceso de población, se transitó a los servicios personales calificados desembocando en servicios industriales coadyuvantes de la productividad y la competencia, bancos, bienes raíces y los grandes servicios públicos de transportes y telecomunicaciones. Con los crecientes excedentes de la industria y el incremento del ingreso per cápita, las empresas de servicios se hicieron más creativas para atender el consumo masivo aprovechando economías de aglomeración (agencias de viajes, cadenas de restaurantes, hoteles), cobrando presencia en las últimas etapas servicios empresariales de alta tecnología, con el uso de la computación, la telemática, el láser, los satélites y personal de la más alta calificación científica. Esto último posibilitó la revolución de los servicios.³⁷

Tanto la industrialización como la urbanización generan una pérdida de autosuficiencia por parte del individuo que ocasiona que se origine una demanda creciente de servicios que las personas y las familias ya no les es posible suministrarse solos. De igual manera se crea demanda por nuevos tipos de servicios.

³⁶ Ibid. Pág. 23

³⁷ Ronald K. Shelp. Pág. 9-11

Un resumen de algunas razones para el crecimiento del sector servicios se presenta a continuación:

CUADRO 8. Razones del crecimiento del sector servicios.

ASPECTO	RAZONES
Mayor riqueza	Demanda en servicios realizados por el propio sujeto y que al aumentar su ingreso se pueden delegar a otros, mediante un pago.
Mayor tiempo libre	Mayores necesidades de entretenimiento, cultura, desplazamientos, etc. (sobre este punto se ahondará con posterioridad).
Mayor porcentaje de mujeres en la fuerza laboral	Se demandan servicios relacionados con actividades realizadas por las mujeres cuando éstas, permanecían en casa.
Mayor expectativa de vida	Demandas crecientes en servicios de salud y similares
Mayor complejidad de productos	Se requieren los servicios de especialistas calificados para dar asesoría, mantenimiento y apoyo logístico en el manejo de los productos.
Mayor complejidad de vida	Se incrementa la necesidad de asistencia en cuestiones legales, contables, financieras, de mercadotecnia, en recursos humanos, etc.
Mayor preocupación por la ecología y escasez de recursos	Se requieren servicios sustitutos a productos/servicios derivados de las mismas personas.
Mayor número de productos nuevos	Se demanda asistencia, información, conocimiento.

Fuente: Donald W. Cowell, *Mercadeo de Servicios*, Pág. 15.

La expansión del sector terciario o sector servicios se ilustra en el siguiente cuadro considerando la distribución de la fuerza laboral por sector económico en los principales países desarrollados, de 1920 a 1991³⁸

³⁸ Ibarra Escobar. *Op.cit.* Pág. 59.

CUADRO 9. Evoluciones de los sectores económicos

SECTOR PRIMARIO	1920	1950	1970	1974	1983	1985	1991
Estados Unidos	28.9	14.4	4.5	4.9	4.4	4.0	2.9
Canadá	36.9	21.6	9.1	7.6	7.1	6.9	4.5
Francia	43.6	31.6	17.0	11.5	8.6	8.5	5.7
Alemania	33.5	16.1	5.1	8.5	6.9	6.8	3.2
Reino Unido	14.2	8.9	4.2	4.2	4.1	3.7	2.1
Japón	56.3	50.3	20.0	13.2	9.4	8.9	6.7

SECUNDARIO							
Estados Unidos	32.9	33.9	33.9	30.6	25.9	26.0	25.5
Canadá	26.1	33.2	30.0	28.6	22.8	22.7	22.8
Francia	29.7	35.2	39.3	37.9	32.5	31.4	29.1
Alemania	38.9	47.3	49.0	44.4	39.5	38.8	36.7
Reino Unido	42.2	45.5	43.8	39.4	30.8	28.8	27.6
Japón	19.8	21.0	34.3	36.1	34.0	33.9	34.4

TERCIARIO							
Estados Unidos	38.2	51.7	61.6	64.5	69.7	70.0	71.6
Canadá	37.0	45.2	60.9	63.8	70.1	70.4	72.3
Francia	26.7	32.9	43.7	50.6	58.9	60.1	66.2
Alemania	27.6	36.6	45.9	47.1	53.6	54.4	53.9
Reino Unido	43.6	45.7	52.0	56.4	65.1	67.5	69.1
Japón	23.9	28.7	45.7	50.7	56.6	57.2	58.4

Fuente: Ibarra Escobar. Economía Terciaria y Desarrollo. Pág.60

Como es posible apreciar, en las seis principales economías mundiales, el porcentaje del empleo en el sector primario decreció continuamente, mientras que en el sector secundario o industrial se mantuvo a la alza a lo largo de décadas pero, al menos a partir de los cincuenta, declinó en cuatro de ellos (la excepciones fueron Francia y Japón).

Después de la Segunda Guerra Mundial, la baja de la fuerza de trabajo primaria continuó, aunque Francia y Japón lo hicieron más lentamente.

Por lo que respecta al empleo terciario, éste, fue superior al 50% desde los cincuenta, y a partir de 1974 en todos los países, salvo Alemania.

Al iniciar los noventa, Estados Unidos y Canadá rebasaron el 70%, Francia y Reino Unido se acercaron a ese porcentaje, y Japón y Alemania estuvieron todavía rezagados frente a ellos.

En relación con el producto interno bruto el comportamiento del sector servicios, muestra un claro avance frente al sector secundario o industrial, tanto en los países desarrollados como aquellos en vías de desarrollo, incluyendo México. El cuadro que a continuación se presenta ilustra lo anterior.³⁹

CUADRO 10. Participación de los servicios como porcentaje del PIB total en grupos de países 1965-1990

AGRUPAMIENTOS ECONOMICOS	1965	1973	1980	1986	1987	1990
Países de bajos ingresos	41	43	47	47	--	35
América Latina y el Caribe (se incluye México)	53	55	55	54	60	54
Países de altos ingresos miembros de la OCDE	55	57	60	63	63	54*
Total de la economía mundial **	52	55	56	60	60	60*

Fuente: Banco Mundial. Informes sobre el desarrollo mundial 1989, 1991 y 1992. Oxford University Press.

* cifras correspondientes a 1989.

** de los países declarantes

Además del crecimiento en el empleo dentro del sector servicios, el producto terciario ha experimentado una expansión que ha transformado al planeta en una gran economía terciaria.

Aunque no es posible asociar desarrollo a terciarización, si se puede identificar que, agrupando a las economías por niveles de ingreso se aprecia que los de mayor capacidad productiva muestran mayor participación del sector terciario en el total del PIB en los últimos dos decenios, mientras que los países de menores ingresos aparecen rezagados, como se muestra en el cuadro anterior. (Sin embargo, no se considera a la economía informal, abundante en estos países, lo cual elevaría las cifras sustancialmente).

³⁹ Ibid. pág. 64.

En relación con algunos países de América Latina, entre los que se incluye México, el comportamiento del producto interno bruto por sectores económicos, también refleja la importancia creciente que ha alcanzado el sector servicios en la economía. El cuadro que a continuación se presenta ejemplifica lo anterior⁴⁰:

CUADRO 11. Estructura porcentual del PIB de cinco países de América Latina 1965-1990

	SECTOR ECONOMICO								
	PRIMARIO			SECUNDARIO			TERCIARIO		
	1965	1987	1990	1965	1987	1990	1965	1987	1990
AMERICA LATINA									
Argentina	17	13	13	42	43	41	42	44	45
Brasil	19	11	10	33	38	39	48	51	51
México	14	9	8	27	34	31	59	57	61
Panamá	18	9	10	19	18	9	63	73	80
Perú	18	11	7	30	33	37	53	56	57

Fuente: Banco Mundial. Informes sobre el desarrollo mundial 1989, 1991 y 1992.

* Las cifras de 1990 corresponden a 1989.

La terciarización también se ha manifestado en la economía de los principales países de América Latina, observando un comportamiento relativamente similar a la de aquellos considerados como industrializados, aunque a un ritmo menor, siendo el país más terciarizado de los arriba presentados, Panamá, el cual se puede considerar como un centro de servicios mundiales.

En el caso de México, se aprecia que después de Panamá, es la economía con mayor grado de terciarización, sin considerar la economía informal que paulatinamente avanza y de la cual no se tienen cifras exactas.

En el siguiente apartado se analizará con mayor detalle el sector terciario o de servicios dentro de la economía mexicana.

6.4. IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS EN LA ECONOMIA MEXICANA

En México, los servicios han jugado un papel importante tanto en la economía interna como el sector externo.

⁴⁰ Ibid. Pág.65.

En términos estadísticos, México puede ser considerado en todo este siglo como un país cuya economía se apoya substancialmente en los servicios, lo cual se puede ilustrar al analizar el PIB y observar que su participación se ha mantenido entre el 50% y el 60% del total.⁴¹

**CUADRO 12. Participación en el PIB de los sectores productivos
México 1985-1993**

AÑO	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCIARIO
1895	29.4	12.5	58.2
1900	26.1	15.9	58.0
1910	24.2	17.9	57.9
1921	22.5	24.7	52.8
1930	18.9	26.3	54.9
1940	19.5	25.9	54.6
1950	19.3	27.4	53.3
1960	13.4	34.0	52.5
1970	11.4	34.4	54.2
1980	8.2	32.8	59.0
1985	8.5	31.8	59.8
1986	8.6	31.1	60.3
1987	8.6	31.6	59.8
1988	8.2	31.7	60.1
1989	7.7	32.3	60.0
1990	8.0	31.1	60.9
1992	7.3	32.9	61.2
1993	7.4	32.7	61.5

Fuente: INEGI. Estadísticas Históricas de México (hasta 1950) y Sistema de Cuentas Nacionales de México (de 1970 a 1988). Carlos Salinas de Gortari, 3er. y 4o. Informes de Gobierno, 1991, 1992 (anexos estadísticos); el mercado de valores, número 4, año LIV, abril 1994, NAFIN, México.

Como puede apreciarse a partir del cuadro anterior, la denominada "terciarización" de la economía mexicana se remonta al porfiriato, época en la que se requirió una creciente oferta de servicios, tanto para la industria como para los otros sectores, incluyendo el gobierno.

La presencia del Estado en la economía desde el porfiriato resultó definitiva ya que desde ese periodo se comenzó a construir la actual infraestructura del desarrollo, misma que continuaron los siguientes gobiernos, generando un efecto multiplicador en la economía, demandando una gama amplísima de servicios.

⁴¹ Ibid. Pág. 100

En el mercado de trabajo el crecimiento del empleo en servicios en la economía se ha comportado mas lento que el PIB, sin embargo, en la década de los ochenta el empleo formal en servicios, superó al empleo conjunto del resto de la economía. Lo anterior se puede apreciar en el cuadro siguiente ⁴²:

CUADRO 13. Participación sectorial del empleo
México 1900-1990(%)

AÑO	PRIMARIO	SECUNDARIO	TERCIARIO
1900	61.2	15.7	16.3
1910	67.2	15.1	16.6
1921	71.4	11.5	9.3
1930	70.2	14.4	11.4
1940	65.4	12.7	19.1
1950	58.3	16.0	21.5
1960	54.2	19.0	26.1
1970	35.6	21.0	43.4
1980	26.1	23.4	50.5
1985	27.8	21.7	50.5
1986	27.5	21.5	51.0
1987	27.5	21.5	51.0
1988	27.5	21.5	51.0
1989	27.6	21.9	51.5
1990	25.6	23.4	50.9

Fuente: INEGI. Estadísticas Históricas de México (hasta 1960) y Sistema de Cuentas Nacionales de México (de 1970 a 1990).

La terciarización del mercado de trabajo en México, como se puede apreciar, ha experimentado un crecimiento más lento que el sector industrial, aunque en las últimas décadas la tendencia se invierte. De esta manera en la década de los ochenta, el empleo formal en el sector servicios superó al empleo del resto de la economía.

La investigación en el sector servicios ha producido nuevos marcos de referencia y análisis conceptuales para referirse a los problemas del servicio que en algún momento podrán ser comentados dentro de este capítulo.

⁴² Ibid. Pág. 103

6.5 LOS SERVICIOS TURISTICOS Y SU IMPORTANCIA EN LA ECONOMIA NACIONAL

Ya ha sido señalado que el turismo involucra actividades de servicios, por lo cual su importancia se relaciona directamente con este sector, el cual ya ha sido ampliamente explicado en los apartados anteriores. Corresponde resaltar en este momento sus repercusiones en la economía nacional, lo cual subraya la necesidad de contar con profesionales bien preparados para atender sus demandas

Los efectos del turismo y los servicios involucrados, sobre la economía nacional, son los más conocidos, y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por el turismo. El turismo influye en el producto interno bruto, en el empleo y la productividad, en la balanza turística, en las divisas y tipo de cambio, tiene que ver con la inversión extranjera directa y con la nacional.

Este estudio únicamente trata de dar una idea de la importancia del turismo sobre la economía nacional, por lo tanto, no se analizará a fondo cada uno de los puntos anteriores, sino que únicamente se explicará la relevancia de la actividad en la economía nacional.

6.5.1 DIVISAS

El turismo en cuanto a la economía nacional se analiza desde diversos puntos de vista: uno de los aspectos del turismo que más se ha estudiado, es el reconocerlo como fuente generadora de divisas, ya que es el que más se hace notar entre los demás sectores. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico, normalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para generar divisas. Esta cobertura se refleja al comparar los ingresos por turismo con otras partidas de la balanza de pagos, como pueden ser las importaciones, los servicios de deuda del país o con las exportaciones.

En lo referente a contribución del turismo a la cobertura de las importaciones tenemos que ésta, se establece a través del cálculo de la *tasa de cobertura de importaciones*, la cual expresa en qué medida los ingresos procedentes del turismo internacional suministran divisas para cubrir el monto de las importaciones realizadas por el país.

La contribución del turismo a la cobertura de la deuda externa, se establece a través del cálculo de la *tasa de cobertura de los servicios de la deuda externa*, en relación con el monto de los servicios que ésta, le genera.

La importancia del turismo en el sector exportador se manifiesta al comparar los ingresos generados por concepto de turismo internacional con el valor total de las exportaciones de bienes y servicios realizadas ya sea por el país, o por algunos de los sectores que conforman este sector. Esta comparación expresada en porcentaje, muestra la importancia del turismo en el sector exportador, aunque en realidad, la participación que puede tener el turismo en el total de las exportaciones de un país, no sólo depende de los ingresos generados, sino también del volumen de las exportaciones en los otros renglones, lo cual puede variar en función de las condiciones imperantes en los mercados internacionales.

Para poder hablar del turismo desde el punto de vista contable, se debe aclarar que *contribución* es la diferencia entre ingresos y egresos correspondientes a una misma referencia. Esto lleva a que el tratamiento que se le da al turismo en las cuentas nacionales no es el adecuado para poder conocer con exactitud el resultado operacional neto del intercambio turístico del país con el resto del mundo. Esto se demuestra al observar el Manual de la Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional, el cual constituye una guía básica para las cuentas nacionales. El turismo, desde el punto de vista contable, consiste en un movimiento de capital, por lo que debería ser considerado con toda la minuciosidad con que éste aspecto es tratado en la balanza de pagos.

Se pueden presentar tanto fugas como ingresos de divisas como consecuencia del desarrollo del turismo, como por ejemplo, el desarrollo del turismo origina una mayor demanda de productos, los cuales, si no se producen en el país, tendrán que ser importados. Este desarrollo también puede requerir inversiones en obras de equipamiento, infraestructura e instalaciones, lo que exige la aplicación de recursos económicos, los cuales, si no se tienen, tendrán que ser obtenidos por medio de préstamos al extranjero, lo que representa para el país un costo de divisas por concepto de turismo, que debe ser considerado a la hora de establecer el verdadero aporte del "sector" a la balanza de pagos.

Teniendo en consideración estos aspectos, entonces, en la cuenta turismo de la balanza de pagos deben acreditarse, por lo menos, los ingresos generados por el desarrollo de esta actividad, pero no es fácil llegar a determinar con exactitud el monto de los ingresos y de los egresos ocasionados por el turismo ya que el turismo no puede considerarse como un sector económico claramente diferenciado puesto que de los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o de usos intermedios.

Por lo tanto, es difícil diferenciar en las cuentas nacionales el rubro Turismo ya que los datos relacionados con esta actividad figuran en varias clasificaciones, tales como: hospedaje, servicios, industria, viajes, y en algunos casos como turismo. La principal dificultad existente para medir el aporte de turismo radica en el hecho de que los ingresos de divisas se producen a través de distintas fuentes, y aunque todo esto está contemplado en forma global en el plan de cuentas establecido en el Manual de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional, es necesaria una mayor clasificación para poder llegar a determinar el saldo neto de la balanza turística.

Se ha establecido un procedimiento que permite medir los flujos monetarios básicos generados por el movimiento turístico en lo que se llama "Balanza Operacional del Turismo".

6.5.2. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

Los efectos del turismo sobre el ingreso nacional se manifiestan a través de la contribución al producto interno, como instrumento de redistribución del ingreso y en los efectos multiplicadores resultantes del gasto de los visitantes.

Para poder medir el producto interno bruto, es decir, el valor agregado generado por el turismo, se debe conocer cuál es la parte que corresponde concretamente al turismo en la producción total de distintas ramas de la actividad económica relacionada con este sector.

Normalmente las entradas brutas de divisas recibidas por concepto de turismo internacional se expresan en porcentajes del producto interno bruto para determinar de esta forma en qué medida contribuye a su generación. Aunque este procedimiento tiende a sobrestimar la verdadera aportación del turismo, ya que para poder establecer el valor real, se tendría que conocer el porcentaje del contenido importado existente en el consumo turístico.

El siguiente cuadro presenta las cifras por año que el sector turismo aportó al PIB Nacional.

CUADRO 14 . Aportación del Turismo al PIB

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
PIB Nacional	1,049,163.8	1,093,357.9	1,133,032.1	1,155,132.2	1,206,135.0	1,131,957.6	1,189,537.0
PIB rama 63	47,876.6	55,074.3	62,228.0	64,600.7	69,954.4	59,953.7	57,593.3
Hoteles	32,994.7	39,451.4	46,352.0	48,838.6	53,494.9	44,550.3	40,963.7
Otros	14,881.9	15,622.9	15,846.0	15,762.1	16,459.5	15,403.4	16,629.6

Fuente: *Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1996*. Secretaría de Turismo. Cap II cuadro 1ª.

6.5.3. EMPLEOS

Otro de los efectos del turismo sobre la actividad nacional es el referente a la generación de empleos. El turismo es considerado como el tercer generador de divisas y origina uno de cada once empleos en el país. Este aspecto resulta fundamental para esta investigación.

El siguiente cuadro presenta los empleos generados en el sector turismo durante el periodo comprendido entre los años 1990 a 1996 en el país.

CUADRO 15. Empleos generados por el sector Turismo 1990-1996

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Empleos Nales.	29,598	26,754	27,160	24,467	28,166	27,367	27,996
Rama 63	4,793	5,296	5,542	5,662	6,010	5,912	6,048
Directos	1,370	1,513	1,583	1,618	1,717	1,689	1,728
Indirectos	3,424	3,783	3,958	4,044	4,293	4,223	4,320

Fuente: *Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1996*. Secretaría de Turismo. Cap II cuadro 1^a.

6.5.4. EFECTOS MULTIPLICADORES

La relación existente entre la inyección inicial que se produce en la economía como resultado del gasto que realizan los turistas y la subsiguiente generación del valor agregado a que este gasto da lugar, como consecuencia de los efectos directos, indirectos e inducidos, es lo que se conoce como: *efecto multiplicador del turismo*, el cual se define como *el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico*.

De tal modo que los efectos indirectos generados por el gasto de turistas más los efectos inducidos que éstos, provocan, producen un incremento del producto interno o valor agregado inicial y hacen que el valor agregado final pase a un nivel más elevado.

Como se puede observar, el turismo tiene muchos efectos económicos, se habla de los efectos directos, que son los antes mencionados, pero los efectos del turismo no sólo se limitan a aquellas actividades que se encuentran directamente relacionadas con el turista, prácticamente todos los sectores experimentan la influencia del consumo del turismo. "El ingreso que perciben los factores de producción en el sector turismo, da origen a los efectos indirectos en la economía y como consecuencia de que parte del ingreso se emplea en la compra de bienes y servicios.

Tales desembolsos generan una serie de efectos inducidos porque quienes los reciben los utilizan, también en parte, en el consumo de otros productos, y así sucesivamente.⁴³

Para concluir este apartado y como complemento al texto anterior, a continuación se presenta una serie de cuadros que ilustran claramente el impacto del turismo en la economía a nivel mundial y a nivel nacional.

El siguiente cuadro muestra el impacto del turismo mundial en el periodo 1995 y las proyecciones al 2005:

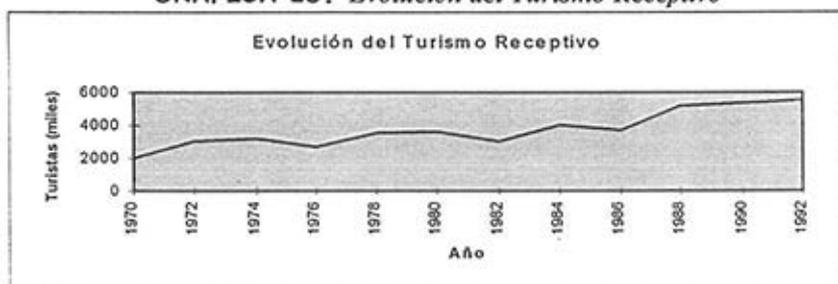
CUADRO 16. Impacto del Turismo Mundial

ESTIMADOS	1995	2005
Empleo	212.5 Millones / 10.7%	348 Millones / 11.4%
Producción / % PIB	3.4 Trillones / 10.90%	7.2 Trillones / 11.40%
Consumo / % del Total	2.0 Trillones / 11.40%	4.6 Trillones / 11.70%
Inversión / % del Total	701 Billones / 11.40%	1.6 Trillones / 11.80%
Impuestos / % del Total	655 Billones / 11.10%	1.4 Trillones / 11.60%

Fuente: World Travel and Tourism Council. Octubre 1995. Citado en: *El Turismo en México. Aspectos Relevantes*. 1995

En los últimos años, el número de turistas y los ingresos producto de su gasto tienen una tendencia de crecimiento constante. Las caídas que se han presentado se han recuperado al siguiente año, sin embargo, desde 1989 se observa un estancamiento en el número de turistas:

⁴³ Cfr. Carnoy, Et.al. *Economía política del Financiamiento Educativo*.

GRÁFICA 25. *Evolución del Turismo Receptivo*

Secretaría de Turismo. Dirección General de Política Económica. *Economía y Turismo. Notas para una Discusión*. México 1994

El siguiente cuadro ilustra la aportación del Turismo a la Economía Nacional durante el periodo 1989-1992:

CUADRO 17. *Aportación del Turismo a la Economía Nacional 1989-1992*

	1988	1989	1990	1991	1992	Crecimiento 1989-1992	Aportación Total
Divisas ingresadas por Turismo	2,544	2,594	3,401	3,784	3,868	1,323	34%
Empleos Directos e Indirectos	1,843	1,883	1,924	1,964	2,000	157	8%
Participación en el PIB	130,35	141,56	153,49	165,03	176,417	46,058	26%
	9	4	8	0			

Fuente: Encuestas del Banco de México e INEGI. Citado por: *Economía y Turismo. Notas para una Discusión*. Secretaría de Turismo. Dirección General de Política Económica.

CUADRO 18. Producto Interno Bruto de la rama de Restaurantes y Hoteles y de otras ramas y sectores de la Economía

Año	Total de la Economía	Restaurantes y Hoteles	Esparci - Miento	Transporte	Construc - Ción	Prod. Metálic os	A y B y Tabaco
1980	4,470,077	152,255	35,322	254,004	287,164	210,639	243,129
1981	4,862,219	160,740	37,973	279,312	328,555	230,994	253,519
1982	4,831,689	165,863	36,605	254,538	305,354	202,537	265,002
1983	4,628,937	156,819	35,673	247,258	246,762	157,244	261,611
1984	4,796,050	145,091	35,870	260,087	260,003	171,555	265,415
1985	4,920,430	129,460	33,497	268,221	267,076	194,160	275,410
1986	4,735,721	125,288	31,169	254,708	239,521	167,347	273,924
1987	4,823,604	129,431	29,171	261,598	246,213	177,238	276,493
1988	4,883,679	130,359	29,876	265,208	245,215	200,221	277,023
1989	5,047,209	141,564	30,300	271,605	250,420	222,429	298,264
1990	5,271,539	153,498	31,080	285,149	267,834	252,129	307,483
1991	5,462,729	165,030	31,424	295,658	274,308	283,256	323,062
1992	5,615,955	177,829	30,125	301,616	295,720	293,222	334,019

Fuente: INEGI Citado por: *Economía y Turismo, Notas para una Discusión*. Secretaría de Turismo. Dirección General de Política Económica. Cuadro 2

El siguiente cuadro da una idea global de la contribución del sector turismo a la Economía Nacional.

CUADRO 19. Contribución del Sector Turismo a la Economía Nacional

PIB de la rama 63 (Restaurantes y Hoteles) 1995 miles de pesos	\$ 170.200	3.1% del total
Personal ocupado en la rama 63 (1995 estimado)	2.114.543	9% del total
Inversión extranjera sector turismo 1994 (millones de dólares)	1.344.7	11.1% del total
Visitantes Internacionales a México 1995	85,019.000	2.5% vs 1994
Turistas Internacionales a México 1995 (+ de 24 hrs)	20.162.000	10o. lugar mundial
Excursionistas Internacionales 1995 (- de 24 hrs)	64.857.000	-1.4% vs 1994
Ingresos por visitantes Internacionales a México 1995 (miles dólares)	6.164	12o. lugar mundial 1994

Visitantes de México al exterior	102.257.000	-10.4 vs 1994
Turistas Internacionales de México al exterior 1995 (+ de 24 hrs)	8.419.000	-30.0% vs 1994
Egreso por visitantes Internacionales de México al exterior 1995	3.153	-0.9% vs 1994
Saldo de la Balanza Turística de Visitantes Internacionales 1995	3.011	193.7% vs 1994
Oferta Hotelera Nacional Cuartos, 1995	393.048	7o. lugar mundial 1993
Ocupación Hotelera 1995	51.4%	-0.3% vs 1994
Impactos fiscales del sector turismo (IVA e ISR 1994)	3.903.500.000	3.52% cont. Fiscal

Fuente: *El Turismo en México. Aspectos Relevantes*. Secretaría de Trismo. Dirección de Política Económica

6.6. EFECTOS SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO

El turismo implica el movimiento y relaciones entre personas de diferentes regiones geográficas. En términos sociológicos, esto incluye:

- Relaciones sociales entre personas que no se conocerían si no fuera por motivos del turismo.
- La confrontación de diferentes culturas, grupos étnicos, estilos de vida, idiomas, etc.
- El comportamiento de personas educadas en diferentes estratos económicos y sociales
- El comportamiento de la comunidad receptora, que obtiene beneficios económicos derivados de la actividad turística.

El grado de conflicto entre la comunidad receptora y los turistas depende de la similitud en sus estándares de vida, el número de turistas que reciben y el grado en que los turistas se adaptan a las normas locales.

El impacto socio-cultural del turismo puede ser tanto positivo como negativo. Si la comunidad local percibe que las culturas indígenas son un medio de atraer turistas y diferenciar ese lugar de otro, se va a tratar de conservar esa cultura.

Al haber contacto entre la comunidad receptora y los turistas, la cultura se ve afectada ya que muchas veces la comunidad receptora trata de imitar al turista, cambiando en cierto grado su cultura original.

El turismo aparece como un medio de cambio social debido a las relaciones entre la comunidad receptora y los visitantes. La interacción entre ellos se convierte en una oportunidad para ambos de conocer otra cultura y estilo de vida.

Cultura y Sociedad son dos conceptos interrelacionados, por lo que si el turismo tiene efectos sobre la sociedad, los tendrá también sobre la cultura. Cultura puede definirse como: "El conjunto de creencias, actitudes, valores, hábitos y formas de comportamiento que son compartidas por una sociedad y que son transmitidas de generación en generación"⁴⁴

6.7 EL ADMINISTRADOR TURÍSTICO DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

Como ya ha sido resaltado, el turismo representa una importante gama de oportunidades. En el caso particular de México, esta actividad se ubica entre los fenómenos de mayor impulso y prioridad nacional, constituyendo uno de los sectores con más posibilidades de crecimiento a futuro, este impacto del turismo para la vida nacional es notorio debido a su relevancia en distintos ámbitos, como son: el económico, social, cultural y físico- ambiental.

La relevancia de esta actividad también se refleja a nivel de empleos, en este ámbito, el turismo es el mayor generador de fuentes de trabajo a nivel mundial. Por lo mismo, existe una demanda cada vez mayor de personal calificado para desempeñarse en los diversos niveles de la prestación de servicios y de su planificación.

Los licenciados en Administración Turística pueden ejercer su profesión incorporados a una institución o de manera independiente, como consultores de la iniciativa privada y del sector público, o bien en empresas privadas.

El campo de trabajo de los administradores turísticos abarca instituciones como la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y Direcciones Estatales del Turismo, así como empresas hoteleras, agencias de viajes, restaurantes, centros nocturnos, transportes y consultorías en proyectos de inversión entre otras. Estas instituciones tienen una gran necesidad de ser dirigidas con una administración efectiva en cada una de sus áreas, y con tomadores de decisiones que garanticen su desarrollo en el mercado y la sociedad.

⁴⁴ Peter Bennett y Harold Kassarian. *Consumer Behaviour*. Pág. 123

6.8 POLÍTICA EDUCATIVA QUE REGULA LA PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

La educación superior es el nivel con el que culmina nuestro sistema educativo nacional, lo cual implica que no debe ser considerado en forma aislada, sino en relación con los ciclos educativos que le preceden. Esta posición del sistema de la educación superior exige que de su planeación se esperen resultados de organización racional y funcionamiento eficiente. Consecuentemente, las metas y objetivos que se propongan para mejorar las funciones de la educación superior a nivel institucional, regional o nacional, formarán parte de la totalidad del sistema educativo nacional, que es un componente indivisible del desarrollo integral del país. La educación superior mexicana se realiza a través de diversas instituciones ya sean públicas, privadas, autónomas o estatales, universidades e institutos de diversa índole.

La educación superior incide notablemente en la sociedad, pero al mismo tiempo es condicionada por ésta, y refleja en gran medida, la situación imperante en el contexto socio-cultural del que forma parte.

En la actualidad operan más de 250 instituciones de educación superior, y la cifra continúa aumentando⁴⁵. La mayoría son públicas que se complementan con unas 110 privadas. Sin embargo, la distribución de la población escolar indica un porcentaje notablemente mayor en las primeras, a las que corresponde aproximadamente un 86% y un 14% a las privadas, situación que se ha mantenido con pocas diferencias durante los últimos años. Esta circunstancia puede explicarse si se considera que la política educativa del Estado se orienta a la ampliación de oportunidades de educación para todos los mexicanos; por otra parte, y tomando en cuenta que como resultado de la política educativa la población escolar ha aumentado en los ciclos de educación primaria y secundaria, el efecto se deja sentir en la demanda de ingreso, cada vez mayor, a los niveles medio superior y superior, situación que se refleja en la tasa anual de incremento señalada antes, que corresponde fundamentalmente a las instituciones públicas, y entre éstas con índices mayores, a las universidades. En general, puede afirmarse que la cifra total de población escolar atendida en los niveles medio superior y superior, duplicada en los últimos 5 años, es resultado directo de la posición adoptada por todas las instituciones públicas, de satisfacer en la medida posible la demanda social de la educación en los niveles señalados.

⁴⁵ De acuerdo con la Secretaría de Turismo. Unidad de Capacitación de Desarrollo de la Cultura Turística, 1990.

6.8.1 TURISMO Y EDUCACIÓN

Como ya ha sido señalado, en las últimas décadas “el turismo ha crecido hasta convertirse en un elemento básico de la economía internacional, siendo la actividad económica con la tasa anual de crecimiento más elevada y se prevé que en el período 1995-2000 crezca a tasas superiores a la industria automotriz y petrolera”⁴⁶.

Esta actividad es considerada como una de las principales generadoras de empleos en el país que, además, aventaja a otros sectores por sus características de requerir esquemas de capacitación más accesibles y rápidos que otros sectores más complejos en su operación. La actividad turística emplea, en su mayoría, a gente joven y refleja una mínima diferencia entre el empleo de hombres y mujeres.

Si la actividad es considerada como generadora de empleos, hay que considerar la duración o permanencia que estos puestos, representan en la vida productiva de sus ocupantes. Hay algunos expertos que opinan que la mayor parte los puestos operativos del sector son “utilizados” como puente entre lapsos de desempleo o como “trampolín” para ocupar otras posiciones, en otros sectores.

Lo anterior aunado a la alta rotación de personal operativo debido a los esquemas de remuneraciones (basados, fundamentalmente, en las propinas), a la contratación de extranjeros en los puestos gerenciales por parte de las cadenas hoteleras y restauranteras y la falta de sistemas de administración de recursos humanos, que permitan a los empleados, buscar el desarrollo y una carrera o plan de vida en una misma empresa, dan sentido a los esfuerzos y recursos encaminados a profesionalizar la actividad a través de los sistemas escolarizados.

La relación entre la calidad de los servicios educativos y en la prestación de los servicios es indiscutible, ya que, la calidad de los servicios prestados por las personas, forma parte de la conformación de los productos turísticos que se ofrecen a los visitantes.

Mientras los esfuerzos por elevar la calidad de la educación escolarizada, tengan mejores resultados, los recursos destinados a la capacitación por parte de las empresas podrán ser dirigidos a programas de desarrollo que otorguen a los empleados la posibilidad de crecimiento personal y la permanencia en las empresas.

La profesionalización del sector, requiere de la concertación entre las instituciones y organismos que lo conforman, tarea que corresponde a la Administración Pública, particularmente a la Secretaría de Turismo, en una perspectiva de consenso, conciliación y compromiso de las partes.

⁴⁶ Organización Mundial del Turismo, *El Turismo en las Américas*. Reporte 1994.

6.8.2 ANTECEDENTES DE LA ENSEÑANZA TURÍSTICA EN MÉXICO

México llegó tardíamente a la enseñanza turística metodizada, ya que, particularmente en la década de los años 40's, el desarrollo turístico se aceleró y el ritmo de crecimiento superó a la máxima velocidad con que empezó a implementarse una estructura destinada a la capacitación especializada.

Sin alternativa, hubo entonces que recurrir obligadamente a la improvisación, tendencia que subsiste en nuestros días. En el área empresarial se ha empezado a lograr una toma de conciencia de la importancia de la tecnificación del personal que participa en la prestación de servicios turísticos.

Para México, el turismo se ha vuelto uno de los factores más importantes para su desarrollo económico. Por los años 30's, con la creciente afluencia turística en México, se le empezó a dar gran relevancia a la capacitación del personal, puesto que así se mejoraba el servicio y esto propiciaba que los turistas quedaran deseosos de volver al país, maximizando así los beneficios. Fue por estos años, que algunos sindicatos del ramo crearon centros de capacitación para preparar a sus miembros.

Después, algunas personas viajaban al extranjero para tomar cursos y capacitarse en el manejo de servicios turísticos, para poder ocupar puestos medios y de niveles ejecutivos a su regreso.

En los primeros meses del gobierno del Presidente Miguel Alemán, fue fundada la escuela hotelera y gastronómica llamada Escuela Mexicana de Turismo cuyo objetivo era formar al personal de este ramo.

En 1952, la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles elaboró diversos estudios técnicos y consultó planes de estudio de la mayor parte de los centros turísticos del mundo. Esto conllevó a la creación de escuelas y centros de capacitación para las diferentes especialidades en las universidades, siendo la Universidad Autónoma del Estado de México la que en 1959 inauguró en la ciudad de Toluca esta participación universitaria en el campo de la enseñanza turística. Fue entonces también cuando el Instituto Mexicano del Seguro Social empezó a concurrir en la capacitación técnica para trabajadores de servicio en niveles primarios.

La Secretaría de Educación Pública (SEP) en 1971 ingresó en el campo de la capacitación turística al crear la Coordinación Nacional de Enseñanza Turística, siendo de esta forma que el sector público entra en este ramo.

La SEP formuló planes y programas de estudio que consideraban que aún con los mejores niveles de aprovechamiento, el egresado, al empezar a trabajar, debería iniciar una nueva etapa de perfeccionamiento.

La SEP también crea la licenciatura de Técnico en Administración de Empresas Turísticas, y en 1974 crea la Escuela Superior de Turismo en la Ciudad de México.

En 1972, el Patronato de la Escuela Mexicana de Turismo convocó y organizó la Primera Reunión Nacional para la Coordinación y Regionalización de la enseñanza del Turismo en México. En ocasión de esa reunión, se produjo un documento "Una estructura para la Capacitación Turística a nivel nacional" que por primera vez, contempló integralmente la enseñanza turística en dimensión nacional, con sentido de regionalización, con un enfoque técnico-pedagógico y con objetividad y realismo.

Un año más tarde, el Departamento de Turismo (hoy Secretaría de Turismo) con la participación de la Secretaría de Educación Pública, y del Instituto Mexicano de Seguro Social, celebró la primera Reunión Nacional de Centros de Enseñanza Turística, la cual subraya el interés del sector público en favorecer la capacitación turística.

Al entrar en vigor en Enero de 1975 la Ley Federal de Fomento al Turismo, se facultó a la Secretaría de Turismo a crear, sostener, autorizar, dirigir, fomentar o promover en coordinación con la Secretaría de Educación Pública, escuelas y centros de capacitación nacionales y regionales con base en las necesidades de personal técnico y especializado, destinado a prestar servicios en materia turística.

Dentro de este clima, no han permanecido ajenas las instituciones representativas de los prestadores de servicios turísticos. Así, la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles., A.C., la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la Ciudad de México A.C., la Asociación Mexicana de Restaurantes A.C, la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes A.C, y la Asociación Mexicana de Ejecutivos de Ventas de Hoteles A.C. han establecido dentro de sus respectivas estructuras internas de trabajo, órganos específicos destinados a participar en la enseñanza turística.

La licenciatura de Turismo surge como una especialización de la licenciatura de Administración de Empresas, y es así, como en varias instituciones educativas aparece adjunta la facultad de Administración. Los inicios de la especialidad se originan en la Escuela Superior de Turismo de Toluca, dependiente de la Universidad del Estado de México, empezando sus funciones en el año de 1965.

El principio de la enseñanza superior en el aspecto turístico, surge propiamente a partir de 1969 con escuelas en Baja California, Jalisco, Nayarit, Guerrero, Distrito Federal, Chiapas, Oaxaca, Colima y Chihuahua, pertenecientes a centros superiores oficiales, a partir de 1974 en el Distrito Federal surge la Escuela Superior de Turismo, cuya operación está a cargo del Instituto Politécnico Nacional, así mismo surgen universidades privadas con esta disciplina, tal como es el caso de la Universidad Anáhuac en 1975.

6.8.3 EVOLUCIÓN CUANTITATIVA ENTRE 1990 Y 1995 DE LA EDUCACION TURISTICA EN MEXICO

No se cuenta con registros sobre la matrícula y el crecimiento de las escuelas de turismo anteriores a 1988, sin embargo se muestra en la siguiente gráfica el crecimiento que han tenido las escuelas de turismo desde 1990 hasta diciembre de 1995⁴⁷

GRÁFICA 25. Evolución del número de escuelas



Fuente: Secretaría de Turismo, Dirección General Capacitación y Educación Turística. 1996.

En 1995 la Dirección de Educación de la SECTUR inició un estudio para conocer, a través de las autoridades estatales de turismo el número exacto de instituciones, con la finalidad de incluir en la base de datos a todas aquellas que cuentan con reconocimiento de validez oficial de estudios otorgado por los gobiernos estatales. Este estudio dio por resultado un incremento considerable del número de escuelas, no por que éstas, fueran nuevas instituciones, sino porque no se contaba con información más precisa.

⁴⁷ Los datos presentados en la gráfica se obtienen de los Directorios Nacionales de Escuelas de Turismo editados por la SECTUR para los años 1990 a 1994, para 1995 la SECTUR editó la Guía Oficial de Instituciones de Educación Turística que solamente incluye las instituciones oficiales y las particulares con reconocimiento de validez oficial de estudios registrado en SECTUR.

Tampoco se tenían registros sobre la matrícula y su crecimiento, sin embargo, este estudio proporcionó información para calcular en más de 100 mil el número de egresados desde 1970 hasta 1994 y una matrícula superior a los 90 mil estudiantes para el ciclo escolar 95/2.

6.8.4 EVOLUCIÓN CUALITATIVA ENTRE 1990 Y 1995 DE LA EDUCACION SUPERIOR TURISTICA EN MEXICO

En lo que respecta a programas educativos a partir de 1978 la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial (DGETI) de la Secretaría de Educación Pública se dio a la tarea de diseñar programas educativos para el área de turismo, conformando el plan de estudios para Técnico Profesional en Administración de Empresas Turísticas y el Bachillerato Tecnológico en Administración de Empresas Turísticas.

Por su parte, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), diseñó la licenciatura de Profesional Técnico en Hotelería y Gastronomía que inició operaciones en 1982.

Los Colegios de Bachilleres en sus opciones de capacitación para el trabajo también incorporaron los estudios en turismo desde 1985.

Por su parte, en lo que respecta a la educación de niveles operativos, la Dirección General de Capacitación para el Trabajo de la SEP, inició desde 1984, programas para la formación en Servicios Turísticos con siete cursos: Boletero Nacional, Boletero Internacional, Mesero, Capitán de Meseros, Camarista, Cocinero y Botones.

Los Colegios de Bachilleres continúan con sus programas de capacitación para el trabajo en el área de Turismo.

La Dirección General de Centros de Formación para el Trabajo (DGCC) - Antes Dirección General de Capacitación para el Trabajo, continúa sus programas para puestos operativos.

La educación de nivel superior ha llegado a incorporar 158 programas académicos de nivel superior (licenciatura) y 9 de posgrado (4 especialidades y 5 maestrías).

6.8.5 OFERTA EDUCATIVA EN TURISMO A NIVEL SUPERIOR

La estructura de la oferta educativa en turismo de nivel superior en México se compone de las escuelas que imparten programas de licenciatura, especialidades y posgrados.

La estructura de la oferta educativa en turismo a nivel superior se distribuye de la siguiente manera:⁴⁸

CUADRO 20. Instituciones de Educación Superior

INSTITUCIONES	LICENCIATURAS		POSGRADO	
	ESCUELAS	MATRÍCULA	ESCUELAS	MATRÍCULA
PÚBLICAS	79	20,500	4	134
PRIVADAS	85	9,500	3	75
TOTAL	164	30,000	7	209

Fuente: Secretaría de Turismo. Dirección General de Capacitación Turística

Así mismo, se identificaron 13 nombres diferentes para las carreras de turismo a nivel licenciatura:⁴⁹

CUADRO 21. Licenciaturas en relacionadas con el turismo

1	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	43 planes
2	Licenciatura en Turismo	27 planes
3	Licenciatura en Administración Turística	10 planes
4	Licenciatura en Administración Hotelera	6 planes
5	Licenciatura en Hotelería	3 planes
6	Licenciatura en Relaciones Turísticas Internacionales	3 planes
7	Licenciatura en Hotelería y Turismo	2 planes
8	Licenciatura en Administración y Desarrollo Turístico	1 plan
9	Licenciatura en Administración del Tiempo Libre	1 plan
10	Licenciatura en administración Especialidad en Turismo	1 plan
11	Licenciatura en Administración Hotelera y Turismo	1 plan
12	Licenciatura en dirección de Empresas Turísticas	1 plan
13	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas del Mar	1 plan

Fuente: Elaboración propia del autor

De acuerdo con los nombres de las carreras a nivel licenciatura, éstas fueron agrupadas en tres bloques:

⁴⁸ De acuerdo con la Secretaría de Turismo. Dirección General de Capacitación Turística.

⁴⁹ Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo. SECTUR.

- a) 57% de los planes se agruparon como licenciaturas en administración de empresas turísticas; 85% de éstas emplearon el esquema de tronco común, junto con las carreras de administración y contaduría.
- b) 31% de los planes se agruparon como licenciaturas en turismo.
- c) 12% de los planes se agruparon en licenciaturas en hotelería.

Los programas tienen diversa duración y van desde tres hasta cinco años de estudios y desde 300 hasta 420 créditos.

En este nivel educativo existen también las "licenciaturas profesionales cortas"⁵⁰ que tienen una duración de dos años y un promedio de 200 créditos.

Según los datos estadísticos el índice de crecimiento promedio anual para las escuelas públicas es del 2% y para las escuelas particulares del 4%.

Es importante destacar también la concentración geográfica de la oferta educativa a nivel superior en la zona metropolitana de la Ciudad de México, en donde tenemos el 42% de los alumnos, el 40% de los programas de estudio y el 85% de los alumnos a nivel de posgrado, aun cuando existe una tendencia de mayor crecimiento al interior de los Estados que en las grandes ciudades.

Otro dato importante es el incremento en el número de mujeres que realizan estudios de nivel superior y posgrado en turismo, que para 1993 representaba el 26.3% y para 1996 el 72%. Cabe mencionar que la Escuela de Administración Turística cuenta con un programa de especialidad y una maestría en turismo.

A nivel posgrado, en el área de turismo, las siguientes instituciones educativas operan programas de maestría y especialidad en México:⁵¹

Programas de Maestría:

- Instituto Politécnico Nacional. IPN - Escuela Superior de Turismo
- Universidad Autónoma del Estado de México. UAEM
- Universidad Autónoma de Baja California. UABC
- Universidad Anáhuac. UA
- Universidad Intercontinental. UIC
- Universidad del Valle de México. UVM

⁵⁰ Preparan profesionales para áreas operativas de nivel supervisión o mandos medios y su propósito es la profesionalización acelerada para la rápida incorporación al mercado laboral.

⁵¹ Grupo Situr. Guía Oficial de Instituciones de Educación Turística 1996.

- Universidad de Occidente - Campus Mazatlán
- Universidad Autónoma de Guerrero, Facultad de Turismo
- Instituto Regiomontano de Hotelería

Programas de especialidad:

- Universidad Anáhuac del Sur. UAS
- Instituto Mexicano de Turismo. IMT
- Universidad Iberoamericana. UIA
- Escuela Panamericana de Hotelería. EPH
- Universidad Anáhuac. UA
- Escuela Superior de Turismo. IPN
- Universidad Autónoma de Guadalajara
- Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Cabe destacar que la primera maestría en el área de Turismo fue la de la Universidad Anáhuac en 1988.

6.9 OBJETIVOS GENERALES DE LA LICENCIATURA

La Licenciatura en Administración Turística se orienta a la formación humana y profesional de líderes emprendedores que integren metodologías, tecnologías, valores y principios a través del estudio teórico y práctico de la administración aplicada al turismo; para contribuir al desarrollo del sector, de la sociedad y del país.

A continuación se precisan los objetivos generales que pretende alcanzar la Licenciatura en Administración Turística ya reestructurada:

1. Evaluará alternativas para la solución de problemas en cualquier ámbito del sector turístico y de servicios, con base en las metodologías, técnicas y principios de la administración.
2. Desarrollará propuestas para la creación de nuevas empresas turísticas y de servicios.
3. Analizará la actividad turística con un enfoque sistémico.
4. Demostrará una sólida formación ética en sus actividades profesionales.
5. Demostrará sus actividades profesionales tanto en empresas turísticas como en empresas de tipo recreativo y social tales como: clubes deportivos, museos, salones de fiestas, spas, entre otras.
6. Demostrará una actitud de servicio en el desempeño de sus actividades profesionales
7. Valorará la importancia de la actividad turística en el desarrollo económico y social de una región
8. Evaluará la estructura y funcionamiento de las empresas prestadoras de servicios turísticos y recreativos.
9. Apreciará el patrimonio natural y cultural de México y del Mundo como punto de partida para el desarrollo de la actividad turística.
10. Dirigirá las acciones de grupos plúridisciplinarios en el sector turístico.

6.10 METAS DE LA LICENCIATURA

Una vez que han sido planteados los objetivos generales, se procede enunciar a continuación las metas que se buscan alcanzar con la licenciatura:

1. Alcanzar el liderazgo como licenciatura en la administración turística en un plazo de 5 años.
2. Lograr un incremento en la demanda de ingreso a la licenciatura de un 5% anual.

3. Establecer relaciones estrechas con al menos 20 empresas líderes en la actividad turística, las cuales generen empleos para los egresados.
4. Mantener un seguimiento profesional con el 100 % de los egresados a la licenciatura.
5. Incrementar al menos en un 10% anual la bolsa de trabajo para los egresados.
6. Propiciar la titulación del 80% de los egresados en un plazo no mayor a los 6 años.

6.11 PERFIL DE INGRESO Y DE EGRESO DEL ESTUDIANTE

A continuación se establecen las características que debe reunir todo aspirante a la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac:

1. Consciente de la importancia del turismo; habilidad para identificar oportunidades y desarrollar propuestas.
2. Gusto por el trato con la Gente.
3. Espíritu de Servicio y orientación del trabajo a empresas de servicio.
4. Sentido de responsabilidad.
5. Iniciativa, creatividad y espíritu emprendedor; capacidad para el análisis crítico de situaciones.
6. Conocimiento básico de cómputo.
7. Facilidad para idiomas (al menos (50% inglés) e interés por otras culturas.
8. Alto convencimiento para su ingreso a la Licenciatura en Administración Turística, disposición para el trabajo en equipo y capacidad para establecer relaciones interpersonales adecuadas.

Por otra parte, se espera que al finalizar la licenciatura, por área académica el egresado administrativamente:

1. Evaluará los procesos de planeación, organización, dirección y control de empresas de servicios.
2. Demostrará objetividad en la toma de decisiones.
3. Aplicará técnicas para identificar oportunidades de negocio.
4. Elaborará un plan de negocios para empresas turísticas.
5. Aplicará técnicas de negociación en situaciones específicas.
6. Desarrollará habilidades directivas aplicables a empresas turísticas
7. Analizará el capital humano como pieza clave para el desarrollo de las empresas turísticas.
8. Distinguirá las características de las pequeñas y medianas empresas del sector turístico.

9. Diferenciará los títulos y operaciones de crédito utilizadas con mayor frecuencia en las empresas turísticas.

En el área de Economía:

10. Analizará las características principales de la oferta y la demanda dentro de la actividad turística.
11. Analizará el contexto económico de México y su papel dentro del ámbito internacional.
12. Describirá las características de los principales sectores productivos del país.
13. Distinguirá los principales organismos públicos que se relacionan con la actividad turística.
14. Analizará el impacto de los cambios económicos en la empresa turística y en la actividad turística en general.

En Contabilidad y Finanzas:

15. Evaluará empresas turísticas con base en sus estados financieros.
16. Aplicará métodos y técnicas contables para el registro de operaciones y la elaboración de presupuestos.
17. Calculará financiamientos, amortizaciones y depreciaciones.
18. Elaborará estados financieros para empresas prestadoras de servicios turísticos.
19. Identificará la rentabilidad de un proyecto de inversión turística.

En Métodos Cuantitativos y Tecnología:

20. Analizará situaciones cuantificables de la administración turística con base en técnicas y modelos matemáticos.
21. Aplicará herramientas computacionales y sistemas de información en la planeación, organización, dirección y control de una empresa de servicios turísticos.
22. Aplicará principios estadísticos para el análisis de problemas y toma de decisiones en el ámbito del turismo.
23. Aplicará las matemáticas al planteamiento y solución de problemas en la empresa de servicios turísticos.
24. Utilizará herramientas computacionales en la creación de base de datos y el manejo de sistemas de información modernos para facilitar la administración turística.

En Mercadotecnia:

25. Diseñará productos y servicios turísticos
26. Establecerá estrategias promocionales para productos y servicios turísticos
27. Seleccionará los canales de distribución mas adecuados para los productos y servicios turísticos
28. Analizará las características del consumidor de productos y servicios turísticos
29. Aplicará técnicas e instrumentos de investigación a la actividad turística
30. Analizará estrategias para la comercialización de productos y servicios turísticos
31. Diseñará planes de mercadotecnia
32. Aplicará técnicas de comunicación interpersonal en sus negociaciones.
33. Formulará proyectos de inversión mediante el manejo de técnicas para el estudio del mercado.

En Turismo:

34. Valorará la importancia de la actividad turística para el desarrollo del país.
35. Analizará el desarrollo y los diversos enfoques para definir el turismo.
36. Interpretará datos relacionados con la actividad turística.
37. Diferenciará la estructura y funciones del sistema turístico y su relación con otros sistemas económicos y sociales.
38. Diferenciará el potencial de desarrollo de las principales regiones y destinos turísticos del país.
39. Analizará el marco legal en el que se desarrolla la actividad turística.
40. Distinguirá los elementos esenciales que dan origen y fundamentación al turismo
41. Analizará casos específicos de la actividad turística a fin de proponer soluciones a problemas y situaciones reales.
42. Distinguirá las características y ubicación de los diferentes atractivos que conforman el patrimonio de México y el mundo.
43. Valorará los elementos que conforman el patrimonio natural, cultural, gastronómico e histórico de México y el mundo para su preservación y enaltecimiento
44. Demostrará una cultura turística
45. Diseñará estrategias para el aprovechamiento y desarrollo sustentable de los atractivos turísticos.

46. Analizará el impacto socioeconómico que la actividad turística tiene en el desarrollo del país.

En Servicios Turísticos:

47. Evaluará la estructura de las empresas de servicios turísticos y afines.
 48. Reconocerá el marco legal de las empresas turísticas.
 49. Determinará los costos de producción de servicios turísticos.
 50. Aplicará las principales técnicas culinarias en la preparación de alimentos y bebidas.
 51. Analizará el proceso administrativo aplicado a las empresas de hospedaje, alimentos y bebidas y de servicios de viaje y transportación.
 52. Diseñará la logística adecuada para la planeación, organización, desarrollo y conclusión de eventos en empresas turísticas.

En el plano Humanístico:

53. Desarrollará una actitud de identificación y de compromiso con el ser humano y con la sociedad en la que se desenvuelve, fundamentada con el análisis del problema de la persona humana, del conocimiento, de la sociedad y de Dios, a través de su evolución histórica y orientada al desarrollo del mundo futuro.
 54. Desarrollará una actitud de compromiso con la verdad para que sea buscada, observada y demostrada, reconociendo los límites del conocimiento humano
 55. Demostrará una cultura adecuada a las necesidades de su época
 56. Demostrará la capacidad de pensar de manera objetiva, rigurosa y creativa
 57. Realizará la expresión de sus experiencias y conocimientos, con lenguaje oral y escrito con propiedad y corrección, haciéndole consciente de que su responsabilidad de liderazgo le exige esa habilidad
 58. Demostrará una actitud de satisfacción personal y de seguridad del conocimiento respecto a la vivencia de su fe Cristiana.

6.12 CAMPO OCUPACIONAL DEL EGRESADO

El estudio sobre profesiones en México, que realizó el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en 1990, muestra que hasta esa fecha existían en el país 8,785 profesionistas en turismo que cursaron más de cuatro años de educación superior cuyo nivel de incorporación al mercado de trabajo fue de 13%, esto, se debe en parte por la falta de congruencia entre la oferta de empleo y los programas educativos.

Según las investigaciones documentales y de campo sobre el mercado de trabajo en el sector turismo en México, realizadas por los coordinadores de la Escuela de Administración turística de la Universidad Anáhuac, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Más del 50% de las empresas señalaron la dificultad que tienen para conseguir directivos calificados, y más del 10% las tienen para empleados especializados. Estas dificultades son comunes a todos los sectores de la industria.
- Los conocimientos de los egresados de estudios relacionados con la industria son deficientes en cuanto a lenguas extranjeras, uso de la computadora y marketing.
- La mayoría de las empresas calificaron a los programas de educación de muy ineficaces: las asignaturas estudiadas eran, en su mayoría, inaplicables al trabajo que se lleva a cabo en el sector.
- Se considera que el elemento práctico de los programas es insuficiente, así como las oportunidades de práctica para los alumnos.
- Se estima que la falta de una adecuada comunicación entre el sector público y privado del turismo y las instituciones de educación es la causa principal de la mala calidad de los programas de estudio.
- Los empresarios opinan que el sector sufre un alto índice de rotación de personal en relación con otros sectores.
- Los representantes de los empresarios califican como insuficiente el nivel de servicio hacia el cliente.
- Los empresarios consideran que los nuevos egresados tienen un concepto poco realista y un tanto idealizado del trabajo que se realiza en el sector turismo.

La deficiencia de los egresados en varias categorías se muestra en la siguiente tabla:⁵²

CUADRO 22. Deficiencia de egresados de la Escuela de Administración Turística en Áreas particulares.

AREA PARTICULAR	DIRECTIVOS	PROFESIONALES	ESPECIALIZADOS
Cultura General			M
Computación		M	C
Idiomas	M	S	C
Servicio al cliente			M
Interpersonal			M
Habilidad técnica específica del puesto			M
Liderazgo		S	S
Marketing	M	S	C
Solución de problemas	M	S	C
Finanzas / Contabilidad		M	C

Nota: C - Deficiencia crítica; S - Deficiencia seria; M - Deficiencia media

Fuente: Elaboración propia del autor

Algunos estudios sobre empleo y turismo muestran los siguientes resultados por subsectores:

- En hotelería (Establecimientos de Hospedaje) 163,699 empleos, considerando 8,720 establecimientos con 368,798 cuartos en las categorías 5, 4, 3, 2, 1 estrellas y sin categoría y otro tipo.
- En lo correspondiente a Agencias de Viaje, 35,502 empleos se consideraron 5.159 empresas, de las cuales 4,204 son agencias y 955 subagencias.
- Los establecimientos de Alimentos y Bebidas 90,294 empleos. Los diferentes tipos considerados fueron: restaurantes, restaurantes - bar, discotecas, bares y cafeterías.
- En relación con la transportación turística 1,930 empleos, incluyendo la terrestre (316 empresas) y la marítima (63 empresas).
- En lo que se refiere a arrendadoras de vehículos, tenemos que de 741 arrendadoras, 316 corresponden a oficinas matrices y 425 a sucursales. Estas empresas dan empleo a alrededor de 4,742 personas.

⁵² Elaboración propia con base en la investigación de campo.

- Los guías de turistas se dividen en locales, generales y especializados, los cuales dan como resultado un empleo de 3,781 personas.

De lo anterior se desprende, que existen necesidades en la actividad turística claramente identificadas, hacia las cuales debe estar orientado el programa académico de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac. Por ello, la modificación curricular que se presenta, pretende mejorar el plan anterior, incorporando las asignaturas de humanidades a las materias propias de la carrera y las electivas, e incrementando las asignaturas de turismo, en un programa interdisciplinario con una fuerte orientación hacia la formación en la práctica, logrando así satisfacer las necesidades del mercado laboral, abriendo por lo tanto un excelente y variado campo de trabajo para nuestros egresados.

El egresado de Administración Turística Anáhuac, estará capacitado para asumir el liderazgo en el campo profesional del turismo, que incluye una amplia gama de empresas de servicios, entre los que se encuentran los relacionados con la hotelería, la restaurantería y la transportación como las más representativas. Sin embargo el campo de acción no se limita a estos servicios ya que también se involucran servicios relacionados con la recreación, la salud y la consultoría.

Un Administrador Turístico Anáhuac, puede ejercer sus funciones dentro de una diversidad de áreas de la empresa turística y de servicios. Asimismo, puede ejercer su profesión. Incorporándose a una empresa o corporación, o bien realizar actividades de manera independiente, como consultor de la iniciativa privada y del sector público.

CAPÍTULO 7

PROPUESTA DE DISEÑO CURRICULAR PARA LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC

7.1 CARACTERÍSTICAS DEL CURRÍCULO

El plan curricular de la licenciatura en Administración Turística fue diseñado para ser implantado en el esquema de Escuela-Facultad que opera y caracteriza a la Universidad Anáhuac con una estructura curricular lineal de asignaturas agrupadas en áreas académicas que responden en su conjunto a la formación integral, humana y profesional, con la distribución de asignaturas, horas semanales (16 semanas), créditos y semestres (8), que se mencionan a continuación.

Es importante la aclaración de que el concepto de hora teórica que caracteriza este plan de estudios hace referencia a "curso presencial y trabajo extraclase", orientado al logro de los objetivos de aprendizaje al nivel del dominio cognoscitivo requerido (En ningún momento éste, es conceptualizado como "exposición del docente como única metodología instruccional).

1. PROGRAMA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se ha definido un programa de 600 horas de Prácticas Profesionales con el fin de que los alumnos entren en contacto con diferentes prestadores de servicios turísticos, apliquen los conocimientos adquiridos y conozcan las distintas áreas de las que se compone una empresa formal.

El programa de Prácticas Profesionales está organizado en las siguientes áreas:

1. Área Básica:

- 1.1. Hospedaje: Incluye los servicios relacionados con el hospedaje, principalmente en las áreas operativas como división cuartos, recepción, reservaciones, ama de llaves y áreas públicas.

1.2. **Transportación:** Incluye agencias de viajes, líneas aéreas, arrendadoras de autos, empresas de autobuses y ferrocarriles y sistemas de transporte colectivo.

1.3. **Alimentos y Bebidas:** Incluye Restaurantes independientes, restaurantes concesionados a hoteles, "room service" y área de banquetes.

2. Áreas Complementarias:

2.1. **Planificación:** Abarca organismos del gobierno como SECTUR y FONATUR, representaciones turísticas de los Estados de la República Mexicana y de otros países; y empresas privadas en el área de la investigación de mercados y levantamiento de encuestas.

2.2. **Corporativos:** Incluye empresas privadas den el área de ventas, mercadotecnia o bien en alguna Coordinación de la Escuela de Administración Turística o de la Universidad Anáhuac.

2.3. **Viajes de Práctica.**

Para acreditar las Prácticas Profesionales el alumno deberá:

- a) Realizar 400 horas de prácticas en 2 de las tres áreas básicas, en instituciones que hayan celebrado algún convenio con la Escuela de Administración Turística. Estas horas deberán acumularse en cualquier periodo desde la acreditación del 2° semestre, para concluirse antes de su ingreso a 7° semestre.
- b) Realizar 200 horas de prácticas en cualquiera de las siete áreas, ya sea por trabajo en instituciones que hayan celebrado algún convenio con la Escuela de Administración Turística, o por su participación en programas internos de la Escuela. Estas horas podrán acumularse en cualquier periodo desde la acreditación del 2° semestre y hasta su ingreso al 7° semestre.

2. REQUISITOS ACADÉMICOS

Como requisito de ingreso el alumno/a deberá acreditar en curso de Introducción a la Universidad (CIU) y responder a las pruebas institucionales de clasificación que determinen sus conocimientos y habilidades con respecto a:

- a) Los requisitos establecidos en matemáticas.
- b) Las herramientas computacionales básicas.
- c) El idioma inglés.

De acuerdo al diagnóstico de estos requisitos se establecerá la necesidad de acreditar el curso de nivelación en matemáticas y el curso de computación básica.

Como requisito de permanencia el alumno/a deberá acreditar el nivel inglés, de acuerdo con el Reglamento General de alumnos de licenciatura vigente y las prácticas profesionales de acuerdo al Reglamento de Prácticas Profesionales de la Escuela de Administración Turística.

Como requisito de egreso el alumno deberá acreditar un segundo idioma y el servicio social de acuerdo a los lineamientos establecidos en el Reglamento General de alumnos de licenciatura.

7.2 DIFERENCIAS EN HORAS Y CRÉDITOS ENTRE EL PLAN PROPUESTO Y EL PLAN 1987

Licenciatura en Administración Turística Plan Propuesto:

Cuadro 23. Asignaturas, Créditos y horas/semana Plan propuesto

Semestre	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		Total	
No. Asignaturas	8		8		8		8		8		7		8		7		62	
Créditos	50		58		44		47		54		47		48		38		386	
Horas/Semana	28		31		25		27.5		30		23		25.5		20		210	
	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P
	22	6	27	4	19	6	19.5	8	24	6	21	2	25.5	0	18	2	176	34

Administración Turística Plan 87

Cuadro 24. Asignaturas, Créditos y horas/semana Plan 87

Semestre	1°		2°		3°		4°		5°		6°		7°		8°		Total	
No. Asignaturas	6		6		6		6		6		6		6		5		47	
Créditos	54		55		51		51		51		47		41		34		384	
Horas/Semana	30		31		29		29		29		27		24		20		219	
	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P	T	P
	24	6	24	7	22	7	22	7	22	7	20	7	17	7	14	6	165	54

Fuente: Elaboración propia del autor

7.3 EJES ESTRATÉGICOS DE LA LICENCIATURA

Los ejes estratégicos de la licenciatura los constituyen las áreas académicas que han existido desde el inicio de la licenciatura y que nuevamente se describen.

- **Área Administrativa y Mercadotecnia**

Proporciona las bases para la aplicación del proceso administrativo en empresas turísticas y de servicio. Desarrolla en el alumno habilidades directivas para la construcción de escenarios, toma de decisiones y análisis de estrategias de negocio. Da las bases para la utilización de los diversos instrumentos involucrados en los intercambios comerciales.

Brinda el conocimiento sobre los elementos del proceso de mercadotecnia y su aplicación dentro de la actividad turística y de servicios. Capacita para el diseño y comercialización de productos y servicios turísticos.

- **Área Económica**

Brinda los elementos para reconocer las principales variables que intervienen en los procesos económicos tanto a nivel micro como macro, dentro de un contexto nacional e internacional. Establece el marco de referencia legal y de la administración pública en el que se inserta la actividad turística.

- **Área Contable y Financiera**

Proporciona las herramientas contables y financieras para la administración de una empresa turística. Desarrolla habilidades para el análisis de estados financieros y el registro y control de las operaciones de una empresa. Brinda los elementos para la elaboración de presupuestos y la evaluación de proyectos.

- **Área de Métodos cuantitativos y Tecnología**

Da una formación matemática. Proporciona las herramientas para el análisis matemático y la operación y conocimiento de tecnologías computacionales. Introduce al alumno a la utilización de modelos matemáticos para la toma de decisiones, dándole los elementos para el manejo estadístico de información.

- **Área de Turismo e Investigación**

Brinda las bases para reconocer el potencial de la actividad turística a nivel nacional e internacional. Le permite identificar oportunidades para contribuir al desarrollo sustentable del sector. Dota de una visión prospectiva de la actividad turística a través del análisis de casos y situaciones específicos.

Crea conciencia en el alumno de la importancia del patrimonio natural, cultural, gastronómico e histórico con el que cuenta el país y el resto del mundo. Proporciona una cultura turística.

Capacita al alumno para reconocer oportunidades para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y culturales mediante los elementos del proceso de planificación y desarrollo.

Proporciona herramientas para establecer relaciones adecuadas con el sector turístico en el ámbito público y privado. Despierta en el alumno el interés por la investigación.

- **Área de Servicios Turísticos**

Da al estudiante el conocimiento sobre la estructura, organización y operación de las empresas turísticas y de servicios afines. Subraya la importancia de las empresas de hospedaje, alimentos y bebidas y de servicios de viajes y transportación.

Otorga el manejo de técnicas culinarias para la preparación y producción de platillos y bebidas. Desarrolla la capacidad para organizar grupos y manejar convenciones.

MAPA CURRICULAR

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

PLAN 97

Áreas	1	2	3	4	5	6	7	8
ADMINISTRATIVA	Administración	Administración Estratégica		Derecho Mercantil	Administración del Capital Humano	Auditoría Administrativa	Administración de la pequeña y mediana empresa	Emprendedores
ECONÓMICA					Microeconomía	Macroeconomía	Impacto Socioeconómico del Turismo	
CONTABLE Y FINANCIERA		Contabilidad Básica	Contabilidad Aplicada a Empresas Hoteleras	Contabilidad Aplicada a Empresas de Alimentos y Bebidas	Planeación Financiera	Administración Financiera	Formulación de Proyectos de Inversión	Evaluación de Proyectos de Inversión
MÉTODOS CUANTITATIVOS Y TECNOLOGÍA	Matemáticas Financieras	Estadística Descriptiva	Estadística Inductiva	Modelos Cuantitativos				
MERCADOTECNIA	Tecnología Informática		Sistemas Informáticos					
INVESTIGACIÓN	Metodología de la Investigación		Elementos de Mercadotecnia	Sistemas de Información en Mercadotecnia	Mercadotecnia de Servicios Turísticos	Mercadotecnia Turística	Relaciones Públicas y Negociación	
TURISMO	Fundamentos del Turismo	Psicosociología del Turismo	Análisis del Turismo				Planificación Turística	Temas Selectos de Turismo
	Geografía y Patrimonio Turístico Universal	Geografía y Patrimonio Turístico de México	Estructura y Operación de Empresas Hoteleras	Alimentos y Bebidas en el Sistema Turístico	Estructura y Operación de Empresas de Alimentos y Bebidas	La Transportación en el Sistema Turístico	Estructura y Operación de Agencias de Viajes	Taller de Casos de Investigación Turística
SERVICIOS TURÍSTICOS		El Alojamiento en el Sistema Turístico	Producción de Alimentos y Bebidas	Producción de Alimentos y Bebidas	Producción de Alimentos y Bebidas para Banquetes			Estructura y Operación de Grupos y Convenciones

PROGRAMA	Cultura y Civilización del Mundo Antiguo	Cultura y Civilización de la Edad Media	Cultura y Civilización del Mundo Moderno	Cultura y Civilización del Mundo Contemporáneo	El Problema del Hombre y del Conocimiento	Seminario de Valores Humanos II	Ética Social	Ética Profesional
INSTITUCIONAL DE HUMANIDADES	Taller de Lectura Avanzada	Taller de Oratoría	Taller de Estilo y Redacción	Seminario de Valores Humanos I	Taller de Liderazgo	Optativas: Religión y Religiones	Optativas: Respuesta Cristiana al Problema del Hombre	Retos y Realidades de México y del Mundo
						Historia de la Iglesia	Introducción a la Biblia	

7.4 TIRA DE MATERIAS DE LA LICENCIATURA. FORMATO DEL PLAN DE ESTUDIOS

UNIVERSIDAD ANAHUAC

1.- NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

2.- NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

3.- VIGENCIA

BACHILLERATO O EQUIVALENTE

4.- ANTECEDENTES ACADEMICOS
DE INGRESO DEL ALUMNO

5.- Lista de Asignaturas	6.- Clave	7.- Seriación	8.- Horas Semanales			9.- Créditos
			Teoría	Prácticas	Total	
1° SEMESTRE						
ADMINISTRACION	0101		6	0	6	12
MATEMÁTICAS FINANCIERAS	0102		3	2	5	8
TECNOLOGÍA INFORMÁTICA	0103		1	2	3	4
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	0104		3	0	3	6
FUNDAMENTOS DEL TURISMO	0105		3	0	3	6
GEOGRAFÍA Y PATRIMONIO TURÍSTICO UNIVERSAL	0106		4.5	0	4.5	9
CULTURA Y CIVILIZACIÓN DEL MUNDO ANTIGUO	0107		1.5	0	1.5	3
TALLER DE LECTURA AVANZADA	0108		0	2	2	2
SUMA			22	6	28	50
2° SEMESTRE						
ADMINISTRACION ESTRATÉGICA	0209	0101	6	0	6	12
CONTABILIDAD BÁSICA	0210		6	0	6	12
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA	0211		3	2	5	8
PSICOSOCIOLOGÍA DEL TURISMO	0212		3	0	3	6
GEOGRAFÍA Y PATRIMONIO TURÍSTICO DE MÉXICO	0213	0106	4.5	0	4.5	9
EL ALOJAMIENTO EN EL SISTEMA TURÍSTICO	0214		3	0	3	6
CULTURA Y CIVILIZACIÓN DE LA EDAD MEDIA	0215		1.5	0	1.5	3
TALLER DE ORATORIA	0216		0	2	2	2
SUMA			27	4	31	58

5.- Lista de Asignaturas	6.- Clave	7.- Seriación	8.- Horas Semanales			9.- Créditos
			Teoría	Prácticas	Total	
3° SEMESTRE						
CONTABILIDAD APLICADA A EMPRESAS HOTELERAS	0317	0210	4.5	0	4.5	9
ESTADÍSTICA INDUCTIVA	0318	0211	3	2	5	8
SISTEMAS INFORMÁTICOS	0319		1	2	3	4
ELEMENTOS DE MERCADOTECNIA	0320		3	0	3	6
ANÁLISIS DEL TURISMO	0321	0213	3	0	3	6
ESTRUCTURA Y OPERACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS	0322	0214	3	0	3	6
CULTURA Y CIVILIZACIÓN DEL MUNDO MODERNO	0323		1.5	0	1.5	3
TALLER DE ESTILO Y REDACCIÓN	0324		0	2	2	2
SUMA			19	6	25	44
4° SEMESTRE						
DERECHO MERCANTIL	0425		4.5	0	4.5	9
CONTABILIDAD APLICADA A EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	0426	0210	4.5	0	4.5	9
MODELOS CUANTITATIVOS	0427		3	2	5	8
SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN MERCADOTECNIA	0428		3	0	3	6
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL SISTEMA TURÍSTICO	0429		3	0	3	6
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	0430		0	4	4	4
CULTURA Y CIVILIZACIÓN DEL MUNDO CONTEMPORÁNEO	0431		1.5	0	1.5	3
SEMINARIO DE VALORES HUMANOS I	0432		0	2	2	2
SUMA			19.5	8	27.5	47
5° SEMESTRE						
ADMINISTRACION DEL CAPITAL HUMANO	0533		6	0	6	12
MICROECONOMIA	0534		4.5	0	4.5	9
PLANEACIÓN FINANCIERA	0535		6	0	6	12
MERCADOTECNIA DE SERVICIOS TURÍSTICOS	0536	0320	3	0	3	6
ESTRUCTURA Y OPERACIÓN DE EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	0537	0429	3	0	3	6
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA BANQUETES	0538	0430	0	4	4	4
EL PROBLEMA DEL HOMBRE Y DEL CONOCIMIENTO	0539		1.5	0	1.5	3
TALLER DE LIDERAZGO	0540		0	2	2	2
SUMA			24	6	30	54

5.- Lista de Asignaturas	6.- Clave	7.- Seriación	8.- Horas Semanales			9.- Créditos	
			Teoría	Prácticas	Total		
6° SEMESTRE							
AUDITORIA ADMINISTRATIVA	0641	0534	6	0	6	12	
MACROECONOMÍA	0642		4.5	0	4.5	9	
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	0643		4.5	0	4.5	9	
MERCADOTECNIA TURISTICA	0644		3	0	3	6	
LA TRANSPORTACIÓN EN EL SISTEMA TURÍSTICO	0645		3	0	3	6	
SEMINARIO DE VALORES HUMANOS II	0646		0	2	2	2	
OPTATIVA HUMANIDADES					3		
SUMA			21*	2*	23*	47	
7° SEMESTRE							
ADMINISTRACION DE LA PEQUENA Y MEDIANA EMPRESA	0747	0645	6	0	6	12	
IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO	0748		3	0	3	6	
FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	0749		3	0	3	6	
RELACIONES PUBLICAS Y NEGOCIACIÓN	0750		3	0	3	6	
PLANIFICACIÓN TURISTICA	0751		3	0	3	6	
ESTRUCTURA Y OPERACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES	0752		3	0	3	6	
ÉTICA SOCIAL	0753		1.5	0	1.5	3	
OPTATIVA HUMANIDADES						3	
SUMA				22.5*	0*	22.5*	48
8° SEMESTRE							
EMPRENDEDORES	0854	0747	3	0	3	6	
EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN							
	0855	0749	3	0	3	6	
TEMAS SELECTOS DE TURISMO	0856		3	0	3	6	
TALLER DE CASOS DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA	0857		3	2	5	8	
ESTRUCTURA Y OPERACIÓN DE GRUPOS Y CONVENCIONES	0858	0750	3	0	3	6	
ÉTICA PROFESIONAL	0859		1.5	0	1.5	3	
RETOS Y REALIDADES DE MÉXICO Y DEL MUNDO	0860		1.5	0	1.5	3	
SUMA			13	2	20	38	
		SUMA TOTAL	176*	34*	210*	386	

* Más horas teóricas y prácticas de las asignaturas optativas

5.- Lista de Asignaturas	6.- Clave	7.- Seriación	8.- Horas Semanales			9.- Créditos
			Teoría	Prácticas	Total	
OPTATIVAS HUMANIDADES						
6° SEMESTRE						
RELIGIÓN Y RELIGIONES	9001		1.5	0	1.5	3
HISTORIA DE LA IGLESIA	9002		1.5	0	1.5	3
7° SEMESTRE						
RESPUESTA CRISTIANA AL PROBLEMA DEL HOMBRE	9003		1.5	0	1.5	4
INTRODUCCIÓN A LA BIBLIA	9004		1.5	0	1.5	3

7.5 PROGRAMAS SINTÉTICOS

A continuación se presentan los programas de cada asignatura en forma sintética, incluyendo, el nombre de la materia, los objetivos generales, los temas fundamentales a tratar en la materia y las referencias bibliográficas básicas.

Es importante mencionar que los programas del área de humanidades y los de cómputo no se incluyen, por ser parte de la oferta general de la Universidad y su diseño, aplicación y control no depende directamente de la Escuela de Administración Turística.

Por otra parte, se comenta que estos programas fueron diseñados con base en la información proporcionada por los diversos profesores y coordinadores que integran el equipo de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

Materia: Macroeconomía**Objetivos generales**

El alumno aplicará en forma discriminada los instrumentos y objetivos básicos utilizados en las políticas de estabilización de la macroeconomía y el comercio internacional, en el análisis de los equilibrios de los mercados agregados y sus efectos en producción y empleo.

Evaluará las condiciones imperantes en el proceso de crecimiento y desarrollo de México dentro de los principales sectores productivos del país, particularmente en el turístico.

TEMAS

1. El papel del Estado en la economía
2. Conceptos macroeconómicos fundamentales
3. Políticas macroeconómicas
4. Análisis del equilibrio Agregado
5. La reforma económica en el contexto internacional

Referencias

Case, Karl y Fair Ray c.(1993).*Fundamentos de economía*. 2ª.edic. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
Parkin Michael (1995). *Microeconomía. Edición especial en español actualizada*. Addison Wesley Iberoamericana S.A. Delaware, EUA.
Tribe John. (1995) *The economic of Leisure and Tourism.Environment, Markets and Impacts*. Butterwirth Heinemann LTD, London.
Documentos publicados por organismos internacionales.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic.Elizabeth Judd.

Materia: Microeconomía**Objetivos generales**

El alumno analizará los conceptos fundamentales de la teoría económica neoclásica en la determinación de los mercados de bienes y servicios, tanto competitivos como no competitivos.

Reconocerá la importancia de la economía en su conjunto, con una fundamentación basada en la centralidad y dignidad de la persona humana.

TEMAS

1. Conceptualización Fundamental
2. Sistemas de Organización económica
3. Fundamentos del modelo neoclásico
4. Teoría de la demanda
5. Teoría del productor y de la oferta
6. Análisis de estática comparativa
7. Mercados no competitivos (Equilibrios en el corto y largo plazos)

Referencias

Case, Karl y Fair Ray c.(1993).*Fundamentos de economía*. 2ª.edic. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
Parkin Michael (1995). *Microeconomía. Edición especial en español actualizada*. Addison Wesley Iberoamericana S.A. Delaware, EUA.
Tribe John. (1995) *The economic of Leisure and Tourism.Environment, Markets and Impacts*. Butterwirth Heinemann LTD, London.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic.Elizabeth Judd.

Materia: Impacto Socioeconómico del Turismo

Objetivos generales

El alumno analizará el costo de oportunidad que el desarrollo de la actividad turística representa, considerando su impacto en el entorno económico, sus repercusiones sobre el medio ambiente, la sociedad y la cultura existentes.

Explicará con precisión, el proceso y la determinación de la oferta turística, así como los promotores de su producción.

TEMAS

1. Conceptualización Fundamental
2. Teoría del consumo turístico
3. Teoría de la oferta turística
4. El mercado laboral
5. Políticas económicas del turismo
6. Efectos macroeconómicos del turismo y de la política turística mexicana
7. Externalidades

Referencias

Case, Karl y Fair Ray c.(1993).*Fundamentos de economía*. 2ª.edic. Prentice Hall Hispanoamericana. México.
 Parkin Michael (1995). *Microeconomía. Edición especial en español actualizada*. Addison Wesley Iberoamericana S.A. Delaware, EUA.
 Tribe John. (1995) *The economic of Leisure and Tourism.Environment, Markets and Impacts*. Butterwirth Heinemann LTD, London.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic.Elizabeth Judd.

Materia: **Planificación Turística****Objetivos generales**

El alumno juzgará con profundidad los diferentes enfoques de la planificación turística considerando sus particularidades

Diseñará planes y programas acordes a la realidad turística actual así como a sus posibilidades de desarrollo futuro.

Formulará planes y programas turísticos encaminados a generar beneficios económicos y sociales tanto a la población receptora como a los turistas y recreacionistas, con una visión crítica del desarrollo cultural de las regiones, destinos y productos turísticos.

TEMAS

1. Planificación y desarrollo en América Latina
2. La planificación del turismo
3. Tipos de planificación
4. Plan de desarrollo turístico

Referencias

- Burkart & Medlick (1992). *Tourism: past, present and future*. 4ª. Edic. Ed.Butterworth/Heinemann.
- Kaiser Charles. (1994) *Tourism: planning and development*. George Washington University Press.
- Hernandez Díaz Edgar. (1991). *Proyectos turísticos: formulación y evaluación*. Ed.Trillas. México.
- Mill Robert. (1998). *The tourism system*. 5ª edic., Ed. Prentice Hall.
- Vera J.Fernando (coord.) et.al. (1997). *Análisis territorial del turismo*. Ed.Ariel Geografía. Barcelona.
- Leno Cerro Francisco (1993). *Técnicas de Evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICYT), Madrid.
- Molina Sergio y Rodriguez Sergio (1996) *Planificación Integral del Turismo*. Ed. Trillas. Mexico.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Fundamentos del Turismo**Objetivos generales**

El alumno comprenderá apropiadamente la historia, los diversos enfoques conceptuales y los elementos esenciales que dan origen y fundamento al turismo

El alumno solucionará adecuadamente problemas básicos de la actividad turística nacional e internacional

TEMAS

1. Origen y evolución de los viajes y el turismo en el mundo
2. Origen y evolución de los viajes y el turismo en México
3. Conceptualización del turismo
4. Clasificación básica del turismo
5. El impacto del Turismo

Referencias

- Fernandez Fuster L. (1991) *Historia general del turismo de masas*. Ed. Alianza Universidad Textos. Madrid. 1991.
- McIntosh R. y Gupta. (1993) *Turismo: Principios, prácticas y filosofías*. Ed. McGraw Hill México, 1993.
- Foster D. (1993) *Introducción a los viajes y al turismo*. Ed. McGraw Hill. México.
- Jimenez Alfonso. (1993). *Turismo, estructura y desarrollo*. 2ª edic. Ed. McGraw Hill México.
- Molina Sergio. *Conceptualización del Turismo*. Ed. Limusa. México, 1994.
- Orte Bermudez José. *Conocimientos sobre el mundo del turismo*. Ed. Milenio, Madrid, 1997.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Geografía y Patrimonio Turístico Internacional

Objetivos generales

El alumno analizará detalladamente las diferentes regiones del mundo, sus recursos turísticos, su patrimonio natural y cultural y los diversos elementos que conforman la gastronomía y enología internacional.

El alumno diseñará inventarios que jerarquicen los atractivos que conforman las diferentes regiones y destinos turísticos dentro de un ámbito internacional.

TEMAS

1. Clasificación de atractivos y jerarquización
2. Región Europa
3. Región Norteamérica
4. Región Centro y Sudamérica
5. Región Oriente Medio
6. Región Oriente
7. Región África
8. Región Oceanía (Australia, Nueva Zelanda)

Referencias

Foster, Dennis. (1995). *Destinos turísticos: Geografía Norteamericana e Internacional*. Ed. McGrawHill, México.

Centro de Capacitación Alas de América. (1998), *BSP tarifas nacionales*. México.

Centro de Capacitación Alas de América. (1998), *BSP tarifas internacionales*. México.

Centro de Capacitación Alas de América. (1998), *Geografía IATA*. México.

Centro de Capacitación Alas de América. (1990), *Manual de formación de agentes de viajes IATA/FUAAV*. México.

Multimedia (1999). *Atlas Encarta*, México.

Boullón Roberto. (1997). *Planificación del espacio turístico*. Ed. Trillas. México.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Ma. Elena Castro

Materia: Geografía y Patrimonio Turístico Nacional

Objetivos generales

El alumno analizará detalladamente las diferentes regiones de México, sus recursos turísticos, su patrimonio natural y cultural y los diversos elementos que conforman la gastronomía y enología mexicana.

El alumno diseñará inventarios que jerarquicen los atractivos que conforman las diferentes regiones y destinos turísticos dentro del territorio nacional.

TEMAS

1. Regionalización en México
2. Región Golfo de Cortés : Baja California, Baja California Sur, Sonora, Chihuahua
Sinaloa
3. Región Frontera Norte: Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas y Durango
4. Región Pacífico: Guerrero, Jalisco, Colima, Michoacán, Nayarit, Oaxaca
5. Región Bajío: Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato, Queretaro y Aguascalientes
6. Región Centro: Distrito Federal, Estado de México, Morelos, Hidalgo, Puebla y Tlaxcala
7. Región Sureste y Mundo Maya: Veracruz, Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Tabasco y Chiapas

Referencias

- Cuellar Sergio (1995), *México, Patrimonio de la Humanidad*. Agualarga Editores, México.
 Centro de Capacitación Alas de América (1998). *BSP tarifas nacionales*, México.
 Ortiz Lajous Jaime (1996). *El Estado de ... (serie)*. Ed. Grupo Azabache, México.

<http://mexico-travel>

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Ma. Elena Castro

Materia: Psicología del Turismo**Objetivos generales**

El alumno analizará adecuadamente aspectos sociológicos y psicológicos que le dan fundamento al turismo.

Diferenciará con claridad la estructura y funciones del sistema turístico y su relación con otros sistemas económicos y sociales.

TEMAS

1. Sociología del ocio y el tiempo libre
2. El sistema turístico
3. La demanda
4. La oferta
5. Comunidad receptora
6. La superestructura

Referencias

- Molina Sergio (1998). *Turismo y ecología*. 6ª Edic. Ed. Trillas, México.
- Molina Sergio (1998). *Reflexiones sobre el ocio y el tiempo libre*. Ed. Trillas. México
- Boullón Roberto (1994). *Las actividades turísticas y recreacionales*. 4ª. Edic. Ed. Trillas. México.
- Munné Frederic. (1980). *Psicología del tiempo libre*. Ed. Trillas. México.
- Christie Mill R. y Morrison A. (1998). *The tourism system, an introductory text*. Ed. Kendall/Hunt Publishing Company. Dubuque. Iowa.
- Montaner Jordi (1996). *Psicología del turismo*. Ed. Síntesis-Gestión Turística. Madrid.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Análisis del Turismo

Objetivos generales

El alumno analizará detalladamente datos relacionados con la actividad turística nacional e internacional y su relación con el comportamiento de diversos tipos de turismo.

Diferenciará las características de desarrollo turístico de diferentes destinos del país.

TEMAS

6. Marco de referencia del desarrollo del turismo en México
7. Turismo receptivo
8. Turismo emisivo
9. Turismo interno o doméstico
10. Turismo fronterizo
6. Turismo social y recreación
7. Turismo alternativo

Referencias

- Secretaría de Turismo(1998). *Estadísticas Básicas de la Actividad Turística*. México.
- Theobald William. Comp. (1990). *Global Tourism, the next decade*. Ed. Butterworth/Heinemann. Michigan.
- Boullón Roberto. (1996) *Planificación del espacio turístico*. Ed. Trillas. México.
- Muñoz Oñate Fernando (1994). *Marketing turístico*. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Vogeler Ruiz C. y Hernandez Armand Enrique. (1994). *Estructura y organización del Mercado turístico*. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Molina Sergio (1994). *Modernización de empresas turísticas*. Ed. Diana-Universidad Anahuac, México.
- Leno Cerro Francisco (1993). *Técnicas de Evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICYT), Madrid.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Taller de Casos de Investigación Turística**Objetivos generales**

El alumno preparará cuidadosamente un trabajo de investigación dentro del ámbito turístico, siguiendo las consideraciones de la metodología científica.

Diseñará estrategias y soluciones que den respuesta a un determinado problema dentro de la actividad turística y áreas afines.

TEMAS

1. Fase de planeación del proyecto de investigación
2. Fase de recopilación de información
3. Fase de consolidación y conclusión del trabajo de investigación

Referencias

Rojas Soriano Raul (1998). *Guía para realizar investigaciones sociales*. 23ª Edic., Ed. Plaza y Valdes, México.

García Fernández Dora (1997). *Metodología del trabajo de investigación. Guía práctica*, Ed. Trillas-Universidad Anahuac, México.

Garza Mercado Ario (1994). *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*, 5ª Edic. Ed. Colegio de México, México.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Temas Selectos de Turismo

Objetivos generales

El alumno evaluará adecuadamente el patrimonio cultural de la humanidad y aquel perteneciente al territorio mexicano.

El alumno medirá con precisión, la importancia, funciones y expectativas del desarrollo sustentable aplicado a la actividad turística

Analizará detalladamente el papel que adquiere el medio ambiente y su conservación, para el desarrollo de un turismo sustentable en la actualidad

TEMAS

1. Las perspectivas del turismo
2. El patrimonio y el desarrollo comunitario
3. Patrimonio cultural mexicano
4. El turismo sustentable
5. Turismo y medio ambiente
11. El turismo y su relación con la ecología
12. El potencial ecoturístico de México
8. Turismo, ciencia y tecnología

Referencias

Molina Sergio (1998). *Turismo y Ecología*. 6ª Edic. Ed. Trillas, México.

Masri Sofia y Robles Ma.Luisa (1996). *Principios Básicos del turismo sustentable*, Ed. Diana, México.

Mowforth Martin y Munt Ian (1998). *Tourism and Sustainability, New tourism in the Third World*, Ed. Routledge, London-NewYork.

Ceballos-Lascurain Hector (1998). *Ecoturismo, Naturaleza y desarrollo sostenible*, Ed. Diana, México.

Jiménez Alfonso de Jesus (1998). *Desarrollo turístico y sustentabilidad: el caso de México*, Ed. Miguel Angel Porrúa-Universidad Intercontinental, México

Fuente: Elaboración propia

Materia: Metodología de la Investigación**Objetivos generales**

Comprenderá el papel de la investigación en las ciencias sociales, así como los fundamentos, objetivos, métodos y técnicas que la caracterizan.

Reconocerá los métodos y técnicas de la de la investigación en las ciencias sociales siempre inmerso en una visión crítica y centrada en la persona humana.

Desarrollará una visión crítica y centrada en la persona a través de la aplicación de los métodos de investigación aprendidos.

TEMAS

1. Investigación social
2. El método de la ciencia.
3. Definición del problema de investigación.
4. La investigación bibliográfica y elaboración del marco teórico.
5. Formulación de hipótesis.
6. El método
7. El reporte de investigación.

Referencias

Ander-Egg, E. (1980). Técnicas de investigación social. México: El Cid.

Bunge, M. (1981). La Ciencia, su Método y su Filosofía. Buenos Aires: Siglo Veinte.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (1998). Metodología de la Investigación. México, McGraw Hill.

Nation, J. (1997). Métodos de Investigación. México: Prentice Hall.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Administración**Objetivo general**

1. El estudiante identificará apropiadamente la naturaleza y objeto de las empresas y de su administración en un entorno ético para fortalecer la eficacia competitiva futura.
2. El estudiante reconocerá la importancia del factor humano en las organizaciones para obtener una ventaja competitiva.
3. El estudiante expresará adecuadamente la naturaleza y objeto de las funciones administrativas de planeación y control, con una orientación estratégica.
4. El estudiante interpretará el carácter cambiante del entorno de las empresas.
5. El estudiante reconocerá la importancia de la ética para las empresas y su personal.
6. El estudiante utilizará adecuadamente la información en aplicaciones administrativas como: formulación de estrategias, toma de decisiones, en el proceso de control, entre otros.
7. El estudiante ubicará la importancia del proceso de toma de decisiones en la formación y desarrollo profesional y humano del líder empresarial.
8. El estudiante valorará positivamente la importancia trascendental de contar con una visión integral de la empresa para definir y llevar a cabo estrategias exitosas de desarrollo competitivo orientadas a la solución digna de las necesidades humanas, empresariales y de la sociedad.

TEMAS

1. Naturaleza de la empresa
2. Evolución del pensamiento administrativo
3. Medio ambiente de las organizaciones
4. Contexto global de las organizaciones
5. Ética y responsabilidad social de las organizaciones
6. Comunicación
7. Toma de decisiones
8. Planeación y formación de estrategias
9. Implantación de estrategias
10. Control en las organizaciones

BIBLIOGRAFIA

1. Bartol Kathryn M. & David C. Martin, (1998), Management, USA, Irwin/McGraw-Hill.
2. Hellriegel Don & John W. Slocum, (1999), Management, USA, South-Western.
3. Kuratko Donald F., Richard M. Hodgetts (1992), Entrepreneurship: A contemporary approach, USA, Dryden Press.
4. Lewis Pamela S., Stephen H. Goodman, Patricia M. Fandt (1998), Challenges in the 21st century, USA, South-Western.
5. Robbins Stephen P. (1997), Managing Today, USA, Prentice Hall.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Administración del Capital Humano

Objetivos Generales

1. El alumno analizará significativamente la importancia de la trascendencia social y cultural del contexto organizacional en la administración de recursos humanos apoyados en un sistema de valores éticos.
2. El alumno aplicará pertinentemente los requerimientos del puesto, enfatizando el análisis y el diseño de los puestos.
3. El alumno describirá adecuadamente las funciones de la administración de recursos humanos, la planeación de recursos humanos, el reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo, desarrollo de carrera y la administración del desempeño.
4. El alumno explicará apropiadamente el contexto legal de las decisiones de empleo.
5. El alumno valorará positivamente los principios básicos de la administración de recursos humanos y la necesidad de que éstos se impregnen de creatividad, innovación, adaptación rápida a las evoluciones y necesidades del entorno para aportar una respuesta digna, armoniosa e íntegra a las expectativas múltiples de la empresa y la sociedad.

TEMAS

1. Contexto organizacional de la administración de recursos humanos
2. Requerimientos del puesto y funciones de la administración de recursos humanos
3. Planeación de recursos humanos y reclutamiento
4. Selección
5. Capacitación y desarrollo
6. Desarrollo de carrera.
7. Administración del desempeño

Referencias

1. Cascio Wayne F., (1998) . Managing Human Resources, USA, Irwin-McGraw-Hill.
2. Dessler Gary, (1997) . Human Resources Management, USA, Prentice Hall.
3. Gómez Mejía Luis R., David B. Balkin, Robert L. Cardy, (1998), Human Resources, USA, Prentice Hall.
4. Sherman Arthur, George bohlander, Scott Snell, (1998) . Managing Human Resources, USA, South-Western.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Administración de la Pequeña y Mediana Empresa

Objetivos generales

1. El alumno preparará un proyecto para la creación de una pequeña o mediana empresa turística y/o de servicio, como trabajo final de la asignatura.
2. El alumno valorará la importancia de la pequeña o mediana empresa turística y/o de servicio en el desarrollo social y económico del país.
3. El alumno integrará grupos de trabajo para la elaboración del proyecto de la pequeña o mediana empresa.

TEMAS

1. Conceptos de la pequeña y mediana empresa
2. El inicio de una empresa
3. Desarrollo de la empresa turística
4. Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa turística
5. Administración de la pequeña y mediana empresa turística
6. El plan de negocio para la creación de la empresa turística

Referencias

1. Barrow Colin (1996) . Administración de pequeñas empresas, México, Prentice Hall.
2. Garcia de León C. Salvador, (1993) . La micro, pequeña y mediana industria en México, México, Diana.
3. Kuriloff A. H., Hemphill J. M. y Cloud Jr. D., (1993), Starting and managing the small business. USA, McGrawHill.
4. Longenecker Justin G. Moore Carlos W. y Petty J. William, (1997) . Small business management, USA, Thomson.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: **Administración Estratégica**

Objetivos generales

1. El alumno elaborará la planeación estratégica de una empresa turística y/o de servicio, como trabajo final de la asignatura
2. El alumno explicará la importancia del estudio de la administración estratégica en evaluaciones escritas y frente al grupo en forma detallada.
3. El alumno integrará grupos de trabajo para la elaboración del plan estratégico para una empresa turística y/o de servicio.

TEMAS

1. La estrategia, planeación y administración estratégica
2. Formulación de la estrategia
3. Tipos y niveles de estrategias directivas
4. Evaluación e implementación de estrategias
5. Barreras de entrada en los negocios
6. Presentación del plan estratégico de una empresa

Referencias

1. David Fred R., (1999) . Strategic Management: Concepts and cases, USA, Prentice Hall.
2. Jarillo José Carlos, (1992), Dirección estratégica, España, McGraw-Hill.
3. Sallenave Jean Paul, (1993), Gerencia y planeación estratégica, México, Norma.
4. Steiner George A., (1992), Planeación estratégica, México, CECSA.
5. Thompson A., Strickland A.J. (1998) . Strategic Management: Concepts and cases, USA, McGraw Hill.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Auditoría Administrativa**Objetivos generales**

1. El alumno evaluará el desempeño administrativo de una empresa turística y/o de servicio aplicando técnicas y métodos propios de la Auditoría Administrativa, como trabajo final de la asignatura.
2. El alumno formulará juicios y propondrá soluciones a los problemas encontrados en el desempeño administrativo respecto a una empresa turística en un reporte escrito como parte de la evaluación final.
3. El alumno integrará grupos de trabajo para la elaboración de la auditoría administrativa de una empresa turística y/o de servicio.
4. El alumno ilustrará frente al grupo, los resultados finales de la evaluación del desempeño administrativo de una empresa turística y/o de servicio.

TEMAS

1. Definición y clasificación de auditoría administrativa
2. El proceso administrativo y la auditoría administrativa
3. Trabajos preliminares
4. Desarrollo de la auditoría
5. Preparación del informe final

Referencias

- 1.- Fernández Arena José Antonio (1992) . La Auditoría Administrativa, México, Ed. Diana.
2. Leonard William P., (1991) . Auditoría Administrativa, México, Ed. Diana.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Sistemas de Información en Mercadotecnia**Objetivos generales**

1. El alumno diseñará una investigación de mercados para una empresa turística y/o de servicio, como trabajo final de la asignatura y explicará los resultados obtenidos de la investigación frente al grupo.
2. El alumno explicará la importancia del estudio de los sistemas de información en una empresa turística y/o de servicio en evaluaciones escritas y frente al grupo en forma detallada.

TEMAS

1. Los sistemas de información en mercadotecnia y la investigación de mercados
2. Conducta del consumidor
3. Diseño de los instrumentos para recopilación de información
4. La investigación exploratoria y los datos secundarios en la investigación
5. La investigación descriptiva, cuantitativa y cualitativa
6. Preparación, análisis y presentación de la información

Referencias

- 1.- Zikmund William G., (1998) . Investigación de mercados, México, Prentice Hall.
2. Malhotra Naresh K, (1997) . Investigación de mercados, un enfoque práctico, México, Prentice Hall.
3. Kinnear Thomas C., (1993). Investigación de mercados, un enfoque aplicado, México, Mc Graw Hill.
4. Fischer Laura y Navarro Alma, (1990). Introducción a la investigación de mercados, México, Mc Graw Hill.
5. Chisnall Peter M, (1996), La esencia de la investigación de mercados, México, Prentice Hall.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Mercadotecnia de Servicios Turísticos**Objetivos generales**

1. El alumno elaborará un plan estratégico de mercadotecnia para una empresa turística y/o de servicio, como trabajo final de la asignatura.
2. El alumno explicará la importancia del estudio de la mercadotecnia de servicios en evaluaciones escritas y frente al grupo en forma detallada.

TEMAS

1. Generalidades sobre los servicios
2. Marcos de referencia para el análisis de los servicios
3. Estrategias de mercadotecnia para servicios
4. La calidad y los servicios

Referencias

1. Cowell Donald W, (1991), Mercadeo de servicios, Un nuevo enfoque: del operativo al perceptivo, Colombia, Legis.
2. Lovelock Christopher H., (1997). Mercadotecnia de servicios, México, Prentice Hall.
3. Rosander, A. C., (1992). La búsqueda de la calidad de los servicios, Madrid, Díaz Santos.
4. Payne Adrián, (1996) . La esencia de la mercadotecnia de servicios , México, Prentice Hall.

Fuente: Elaboración propia

Materia: **Matemáticas Financieras**

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Aplicará el proceso lógico y de toma de decisiones apropiadamente en la solución de diversos problemas relacionados con el manejo de problemas con una sólida moral.
- 2.- Elaborará modelos simples de situaciones turísticas de forma adecuada para su solución a través de métodos algebraicos, como un modo científico de trabajo.
- 3.- Elaborará modelos simples de toma de decisiones, en el manejo de capital, para su solución Como un modo científico de razonar.
- 4.- Explicará el contexto en el que se encuentran los diversos problemas relacionados Con el manejo de la toma de decisiones bajo certeza y el capital, con una visión humana y social, Y una eficaz capacidad de comunicación.
- 5.- Formulará alternativas justificadas para la solución de problemas vinculados con el capital, y la toma de decisiones bajo certeza, partiendo del conocimiento profundo de la realidad.

TEMAS

- 1.- Lógica Matemática
- 2.- Toma de decisiones
- 3.- La toma de decisiones en condiciones de certidumbre (Parte 1)
- 4.- La toma de decisiones en condiciones de certidumbre (Parte 2)
- 5.- La toma de decisiones en condiciones de certidumbre (Parte 3)
- 6.- La toma de decisiones en condiciones de certidumbre (Parte 4)

Referencias

- Ferrater y Mora (1992); Lógica Matemática; Fondo de Cultura Económica; México.
 Rheault, Jean Paul (1997); Introducción a la Teoría de las decisiones, con aplicaciones a la Administración; Limusa; México.
 Villalobos José Luis (1993); Matemáticas Financieras; Grupo Editorial Iberoamérica; México.
 Ayra Jagdish (1992); Matemáticas Aplicadas a la Administración y a la Economía; Tercera Edición; Prentice Hall de México.
 Braverman, Jerome D. (1992); Probabilidad, lógica y decisiones gerenciales; Trillas
 Highland, Esther ; Rosebaum Roberta (1996); Matemáticas Financieras; Prentice Hall; Tercera Edición; México

Fuente: Elaboración propia con base en la información del Ing. Oscar Ibarra Martínez

Materia: **Estadística Descriptiva**

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Analizará diversos procesos estadísticos adecuadamente con el propósito de establecer el Comportamiento de empresas e instituciones de la actividad turística sujetas a certeza, en el ámbito nacional e internacional, partiendo de los principios éticos, acorde a los lineamientos establecidos por la OMT.
- 2.- Utilizará una herramienta de cómputo para realizar cálculos estadísticos deductivos, con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo.
- 3.- Operar adecuadamente paquetería de administración científica que representa la operación de un sistema turístico con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo en búsqueda del bien común.
- 4.- Formulará juicios sobre modelos de la administración científica turística en el intercambio y búsqueda de información con ética en el manejo de la ciencia y la tecnología.
- 5.- Se comprometerá al manejo de los sistemas administrativos para la administración de empresas turísticas, como un modo científico de razonar desarrollando su capacidad de liderazgo.

TEMAS

- 1.- Las Estadísticas Turísticas
- 2.- Medidas de Posición
- 3.- Medidas de Dispersión
- 4.- Series de Tiempo turísticas
- 5.- Regresión y Correlación en el turismo

Referencias

Ibarra Martínez Oscar Mario (1998); Estadística para la Administración Turística; Diana-Anáhuac.
 Levin Richard (1996); Estadística para Administradores; Sexta Edición; Prentice Hall; México.
 Shao Stephen (1992); Estadística para Economistas y Administradores de Empresas; Herrero Hermanos; México.
 Mendenhall William (1992); Estadística para Administración; Grupo Editorial Iberoamérica; México.
 Minitab (1997); Manual Reference, Release 12 Xtra for Windows; Minitab Inc. ; U.S.A.

Fuente: Elaboración propia con base en la información del Ing. Oscar Ibarra Martínez

Materia: **Estadística Inductiva**

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Analizará diversos procesos estadísticos adecuadamente con el propósito de establecer el Comportamiento de empresas e instituciones de la actividad turística sujetas al riesgo o a la incertidumbre, en el ámbito nacional, partiendo de los principios éticos.
- 2.- Utilizará una herramienta de cómputo para realizar cálculos estadísticos inductivos, con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo.
- 3.- Operar adecuadamente paquetería de administración científica que representa la operación de un sistema turístico con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo en búsqueda del bien común.
- 4.- Formulará juicios sobre modelos de la administración científica en el intercambio y búsqueda de información con ética en el manejo de la ciencia y la tecnología.
- 5.- Se comprometerá al manejo de los sistemas administrativos para la administración de empresas turísticas, como un modo científico de razonar desarrollando su capacidad de liderazgo.

TEMAS

- 1.- Técnicas de Cuento
- 2.- Probabilidad
- 3.- Distribuciones de Probabilidad.
- 4.- Muestreo en el turismo
- 5.- Pruebas de Hipótesis en el turismo
- 6.- Control Estadístico de la Calidad Turística

Referencias

Ibarra Martínez Oscar Mario (1998); Estadística para la Administración Turística; Diana-Anáhuac.
 Levin Richard (1996); Estadística para Administradores; Sexta Edición; Prentice Hall; México.
 Shao Stephen (1992); Estadística para Economistas y Administradores de Empresas; Herrero Hermanos; México.
 Mendenhall William (1992); Estadística para Administración; Grupo Editorial Iberoamérica; México.
 Minitab (1997); Manual Reference, Release 12 Xtra for Windows; Minitab Inc. ; U.S.A.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Oscar Ibarra Martínez

Materia: **Modelos Cuantitativos**

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Utilizará diversos sistemas informáticos para el intercambio, búsqueda y organización De información turística nacional y mundial, afrontando con éxito los retos y la actualización constante.
- 2.- Utilizará una herramienta de cómputo apropiadamente para realizar cálculos estadísticos deductivos, con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo, centrado en el factor humano
- 3.- Operar adecuadamente paquetería de administración científica que representa la operación de un sistema turístico con la posibilidad de influir en las estructuras de trabajo, en la búsqueda del bien común.
- 4.- Formulará juicios sobre modelos de la administración científica en el intercambio Y búsqueda de información con ética en el manejo de la ciencia y la tecnología.
- 5.- Se comprometerá al manejo de los sistemas administrativos para la administración de empresas turísticas, como un modo científico de razonar, desarrollando su capacidad de liderazgo motivado desde la dignidad y centralidad de la persona humana.

TEMAS

- 1.- Modelos
- 2.- Métodos de solución de modelos matemáticos
- 3.- Servicios de manejo de información
- 4.- Servicios de análisis estadístico de información

Referencias

Long Larry (1992); Introducción a las Computadoras y al Procesamiento de Información; Prentice Hall; México.

Serprodatos de México (1998); Manual Descriptivo de Serprhotel; Serprodatos de México S.A. de C.V.; México

Minitab (1997); Manual Reference, Release 12 Xtra for Windows; Minitab Inc. ; U.S.A.

Lindo (1995); Paquete de investigación de operaciones; Lindo Corp.; U.S.A.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por el Ing. Oscar Ibarra Martínez

Materia: Emprendedores

Objetivos generales

1. El alumno elaborará el plan de negocios de una empresa turística y/o de servicio, como trabajo final de la asignatura.
2. El alumno hará la propuesta de una oportunidad de negocio y explicará su importancia en evaluaciones escritas y frente al grupo en forma detallada.
3. El alumno integrará grupos de trabajo para la elaboración del plan de negocio para una empresa turística y/o de servicio.
4. El alumno establecerá las bases para iniciar el proceso de planeación e implementación del proyecto hasta convertirlo en una empresa real.

TEMAS

1. El espíritu emprendedor
2. Técnicas de creatividad
3. Desarrollo de un plan de negocios
4. Administración de los recursos humanos
5. Ética y responsabilidad social de la empresa

Referencias

1. Alcaraz Rafael, (1994). El emprendedor de éxito, México, Mc Graw Hill.
2. Anzola Rojas Sérvulo, (1993) De la idea a tu empresa, México, Limusa
3. Anzola Rojas Sérvulo, (1993) La actitud emprendedora, México, Mc Graw Hill.
4. Barrow Colin, (1996). Administración de pequeñas empresas, México, Prentice Hall.
- 5.- Desarrollo empresarial de Monterrey, A.C. (1994) .Desarrollo de emprendedores, México, McGraw Hill.
6. Longenecker Justin G. Moore Carlos W. y Petty J. William, (1997) . Small business management, USA, Thomson.
7. Sánchez Lozano Alfonso, (1993). El plan de negocios del emprendedor, México, McGraw Hill.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Derecho Mercantil

Objetivos generales

1. El alumno valorará la importancia del Derecho Mercantil para una empresa, el régimen de los sujetos que intervienen en la actividad mercantil, la organización de las sociedades mercantiles y los títulos y operaciones de crédito más frecuentes.
2. El alumno distinguirá los elementos jurídicos tangibles e intangibles de las empresas, así como sus derechos y obligaciones.
3. El alumno explicará la importancia del estudio del Derecho Mercantil en evaluaciones escritas y frente al grupo en forma detallada.
4. El alumno analizará los rasgos genéricos de toda sociedad mercantil y su forma regular de constitución y funcionamiento.
5. El alumno diferenciará los títulos y operaciones de crédito utilizadas con mayor frecuencia, así como la forma de extinguir las obligaciones que generan.
6. El alumno describirá las operaciones de crédito utilizadas frecuentemente en la operación de las empresas.
7. El alumno identificará las causas que dan origen a la quiebra y a la suspensión de pagos.
8. El alumno valorará positivamente la importancia de contar con una visión integral de las obligaciones jurídicas mercantiles para definir y llevar a cabo acciones orientadas a la solución digna de las necesidades humanas, empresariales y de la sociedad.

TEMAS

1. El derecho mercantil y el comerciante
2. La empresa
3. La sociedad mercantil
4. Sociedad anónima
5. Títulos de crédito
6. Operaciones de crédito
7. Quiebras y suspensión de pagos

Referencias

1. Dávalos Mejía Carlos, (1996). Titulos y contratos de crédito, México, Harla.
2. De Pina Vara Rafael, (1996). Elementos de Derecho Mercantil, México, Porrúa.
3. García M., (1999). Sociedades Mercantiles, México, Harla.
4. García S., (1998). Derecho Mercantil, México, Porrúa.
5. Gutiérrez, A. (1997). Derecho Mercantil, México, McGraw Hill.
6. Quintana E., (1997). Derecho Mercantil, México, McGraw Hill.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Elementos de Mercadotecnia**Objetivos generales****El alumno**

1. Definirá los fundamentos de mercadotecnia para el desarrollo de estrategias de producto, precio, promoción, plaza y servicio, así como la administración de la mismas.
2. Analizará cada uno de los elementos integrantes del mix de mercadotecnia para su aplicación en los diferentes tipos de mercado.
3. Formulará la mezcla de mercadotecnia adecuada para los productos y/o servicios administrando los recursos necesarios.

TEMAS

1. Generalidades de Mercadotecnia
2. Orientaciones de Mercadotecnia
3. Ambiente de Mercadotecnia
4. Mezcla de Mercadotecnia
5. Administración de Mercadotecnia

Referencias

1. Kotler Phillip, (1998). Fundamentos de Mercadotecnia. México, Prentice Hall.
2. Kotler Phillip, (1998). Dirección de Mercadotecnia. México, Prentice Hall.
3. Stanton William; (1997). Fundamentos del Marketing. México, Mc.Graw Hill

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por el Ing. Manuel Serrano de Avila

Materia: Contabilidad Básica**Objetivos generales****El alumno:**

- 1.- Comprenderá la función que desempeña la *Contabilidad Financiera* y su papel en la toma de decisiones para los empresarios.
- 2.- Se comprometerá con los valores de ética que debe tener el profesional que maneja la información contable de una empresa.
- 3.- Podrá diferenciar los conceptos de activo, pasivo y capital contable y distinguir las características y clasificación de los mismos.
- 4.- Resolverá problemas asociados con el registro contable de las transacciones más comunes de una entidad.
- 5.- Elaborará y diseñará adecuadamente los estados financieros básicos para satisfacer las necesidades de información de los diversos usuarios internos o externos de una empresa.

TEMAS

1 Introducción a la Contabilidad

2.0 Estados Financieros y Conceptos Básicos de la Contabilidad.

3.0 La Cuenta

4.0 Registro de las Transacciones de una entidad.

5.0 Impuesto al Valor Agregado

6.0 Crédito.

7.0 Descuentos.

8.0 Sistema de Inventarios Perpetuos

9.0 Sistema Analítico y/o Pormenorizado.

10.0 Depreciación y Amortización

11.0 Fondo Fijo de Caja.

12.0 Pagos y Cobros por Anticipado.

13.0 Hoja de Trabajo

14.0 Practica Final en computadora.

Referencias

- 1.- Armesto/Rueda. (1999) Guia de Fundamentos de Contabilidad, Universidad Anáhuac, México
- 2.- Francisco Javier, Calleja Bernal.(1997) Contabilidad Financiera 1, Alhambra Mexicana, México
- 3.- Gerardo Guajardo.(1997) Contabilidad Financiera, Editorial Mc. Graw Hill, México.
- 4.- Guadalupe, E. Ramos Villareal. (1998) Contabilidad Práctica, Editorial Mc. Graw Hill, México.
- 5.- Horngren/Harrison/Robinson.(1998) Contabilidad, Editorial Prentice Hall, México.
- 6.- Horngren/Sundem/Elliot. (1990) Contabilidad Financiera, Editorial Prentice Hall, México.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: **Contabilidad Aplicada a Empresas Hoteleras**

Objetivos generales

El Alumno analizará la estructura y organización contable de una empresa de hospedaje para el registro de sus operaciones.

Elaborará eficientemente los reportes de las operaciones de una empresa de hospedaje para la formulación de los Estados Financieros.

Se interesará en mejorar los procesos de operación para incrementar la rentabilidad de la empresa, haciendo uso de su excelente preparación profesional.

TEMAS

1. Organización Contable.
2. Cuentas y movimientos.
3. Registro de operaciones en Moneda extranjera.
4. Análisis de los ingresos y egresos.
5. Distribución y registro de gastos generales a los centros productivos y de servicio.
6. Sistemas de registro electrónico.
7. Informes de auditoría.
8. Elaboración de Estados Financieros

Referencias

- Gómez Aquino, Javier. (1993) Organización contable en la industria hotelera, México: Ecasa.
- Lara, Elías. (1995) Segundo curso de contabilidad México: Trillas.
- Zubillaga, Enrique. (1996) Contabilidad Hotelera, México: Banca y Comercio.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C. (1994) Administración para Hoteles México, Ed. Limusa

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: **Contabilidad Aplicada a Empresas de Alimentos y Bebidas.**

Objetivos generales

El Alumno analizará la estructura y organización contable de una empresa de alimentos y bebidas para el registro de sus operaciones.

Elaborará eficientemente los reportes de las operaciones de una empresa de alimentos y bebidas para la formulación de los Estados Financieros.

Se interesará en mejorar los procesos de operación para incrementar la rentabilidad de la empresa, haciendo uso de su excelente preparación profesional.

TEMAS

1. Organización Contable.
2. Cuentas y movimientos.
3. Inventarios.
4. Análisis de los ingresos y egresos.
5. Determinación de costos y precios de venta.
6. Registro de operaciones.
7. Sistemas de registro electrónicos.
8. Elaboración de Estados Financieros.

Referencias

Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles. A.C., (1994) Manual de contabilidad para restaurantes. México: Limusa Noriega Editores.

Cassaigne, Eduardo. et. al.. (1994) Costeo directo en la toma de decisiones. México: Limusa Noriega Editores.

Hornngren, Charles T. et.al..(1996) Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial. México: Prentice Hall.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: Planeación Financiera

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Realizará el proceso de toma de decisiones e interpretará la información financiera que se le proporcione de cualquier entidad económica.
- 2.- Entenderá las técnicas contables convencionales, que le permitan evaluar el desempeño financiero y la rentabilidad de una entidad.
- 3.- Se comprometerá a poner en práctica los valores éticos de la profesión al evaluar los estados financieros básicos de las empresas.
- 4.- Combinará el análisis cuantitativo y cualitativo con el entorno económico, permitiendo la toma de decisiones adecuadas en la selección de sujetos de crédito idóneos para el otorgamiento de crédito.

TEMAS

- 1.0 Generalidades
- 2.0 Información Financiera
- 3.0 Indicadores Financieros
- 4.0 Interpretación de análisis y la Toma de Decisiones.

Referencias

- 1.- Gill, J.O.. (1994). Análisis Financiero. México. Editorial Grupo Editorial Iberoamericana, S.A de C.V.
- 2.- Gitman, Laurence (1986). Fundamentos de Administración Financiera, Editorial HARLA.
- 3.- Perdomo, A.. (1990). Elementos Básicos de Administración Financiera, México. Editorial ECASA.
- 4.- Weston Fred J. / Brigham Eugene (1986). Fundamentos de Administración Financiera, Editorial Mc Graw Hill.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: Administración Financiera

Objetivos generales

El alumno:

- 1.- Elegirá el sistema de presupuestos idóneo para cualquier entidad económica.
- 2.- Evaluará todo tipo de presupuesto establecido dentro de una organización.
- 3.- Obtendrá las habilidades necesarias para comprender, pronosticar y modificar la demanda de bienes y servicios en los mercados, altamente competitivos.
- 4.- Se comprometerá a poner en práctica los valores éticos del profesionista encargado de elaborar un presupuesto dentro de cualquier organización

TEMAS

- 1.0 Generalidades
- 2.0 El proceso Presupuestal
- 3.0 Caso Práctico de Integración Presupuestal.
- 4.0 Presupuesto por Areas de Responsabilidad.
- 5.0 Presupuesto por Programas
- 6.0 El presupuesto en la Empresa

Referencias

- 1.- Anderson, Lane K / Donal K. Clancy (1992), Cost Accounting, Editorial IRWIN
- 2.- Del Rio, C. (1993), El Presupuesto, (México) Editorial ECASA.
- 3.- Salas, H. (1990), Control Presupuestal en los Negocios, (México) Editorial UNAM.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: **Formulación de Proyectos de Inversión**

Objetivos generales

El alumno preparará los estudios que componen un proyecto de inversión de índole turístico, tomando como base las metodologías aplicables.

El alumno se integrará positivamente en grupos de trabajo para la elaboración de los estudios de proyectos de inversión considerando la factibilidad de los mismos.

El alumno pondrá en práctica la aplicación de los conocimientos adquiridos durante su formación profesional para realizar los estudios necesarios para un proyecto de inversión, para afrontar con éxito los retos que se presenten en la economía nacional.

TEMAS

1. La planeación y los proyectos de inversión.
2. Formulación de un Proyecto de Inversión.
3. Estudio Previo
4. Estudio de Mercado
5. Estudio Técnico.
6. Estudio Financiero

Referencias

Hernández Díaz, Edgar Alfonso (1996) Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación. México: Trillas
 Infante Villarreal, Arturo. (1995) Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. México: Norma
 Canada, John R. et.al. (1997) Análisis de la Inversión de Capital. México: Prentice Hall
 Banco Internacional de Desarrollo. (BID) Documentos varios.
 Fondo Nacional de Fomento al Turismo. (FONATUR) Documentos varios

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: Evaluación de Proyectos de Inversión

Objetivos generales

El alumno evaluará los proyectos de Inversión en Turismo desde el punto de vista Financiero, Económico y Social para contribuir al desarrollo del sector.

Elaborará el reporte final de evaluación de un proyecto de inversión turístico justificadamente con base en los estudios que lo soportan, como trabajo final del curso.

El alumno influirá positivamente en la selección de los proyectos de inversión que brinden un desarrollo a su comunidad con base en la ética y compromiso social.

TEMAS

1. Evaluación de Proyectos de Inversión.

1. Valor Cronológico del Dinero.
2. Valor Presente Neto.
3. Tasa Interna de Rentabilidad.
4. Análisis de Sensibilidad.
5. Administración y Programación de Proyectos.
6. Presentación Final del Proyecto.

Referencias

- Baca Urbina, Gabriel. (1996) Evaluación de proyectos, México: Mc Graw Hill.
- Canada, John R. et.al. (1997) Análisis de la Inversión de Capital, México: Prentice Hall
- Hernández, Edgar. (1996) Proyectos Turísticos, México: Trillas.
- Infante Villarreal, Arturo. (1995) Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión, México: Norma
- Finnerty, John D. (1998) Financiamiento de Proyectos, México: Prentice Hall

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la C.P. Ana Beristain Gomez

Materia: El Alojamiento en el Sistema Turístico**Objetivos generales**

El alumno analizará en forma detallada el papel que ocupan los servicios de alojamiento Dentro del sistema turístico

Elaborará un proyecto de alojamiento, considerando los aspectos físicos, técnicos operativos y legales para la consolidación del mismo.

TEMAS

1. El servicio de alojamiento
2. Cadenas y franquicias hoteleras
3. La empresa de hospedaje dentro del sistema turístico
4. Estructura física y técnica de una empresa de hospedaje
5. Estructura organizacional de una empresa de hospedaje.
6. Perspectivas de la hotelería

Referencias

Lambertine Leonie. (1994). Técnica Hotelera. 11ª. Edic. Ed. Cecsá, México.
Ramos Martín Fernando (1992). Organización en hoteles. 10ª. Edic. Ed. Cecsá, México.
Manuales de operación de diversos hoteles.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Estructura y Operación de Empresas Hoteleras**Objetivos generales**

El alumno analizará de manera detallada la operación de una empresa de servicios de alojamiento u hospedaje en la actualidad.

Solucionará problemas propios de la operación hotelera haciendo uso de su capacidad e influjo y liderazgo.

TEMAS

1. Estructura organización de una empresa hotelera
2. Reservaciones
3. Recepción y Teléfonos
4. División Cuartos y Ama de Llaves
5. Alimentos y Bebidas
6. Departamentos Administrativos en un hotel
7. Otras áreas y departamentos del hotel
8. Servicios especiales en los hoteles
9. El hotel del futuro

Referencias

Calderón Ramírez Jorge (1995). *Calidad y productividad en la hotelería*. Centro de capacitación S.C. México.

Colunga Dávila Carlos. (1995). *La calidad en el servicio*. Panorama Editorial. México

Secretaría de turismo. (1995) *Manual de comercialización hotelera*. Noriega Editores. México.

Revista Alta Hotelería. Edición bimestral. Druck Spiegel Impresores.

Castillo Miranda y asociados. **Reporte Anual del comportamiento de la Industria Hotelera.**

Fuente: Elaboración propia

Materia: La Transportación el Sistema Turístico**Objetivos generales**

El alumno analizará detalladamente, las particularidades de la transportación en sus diversas modalidades (terrestre, acuática y aérea), considerando su importancia dentro del sistema turístico.

El alumno solucionará problemas propios de la transportación en sus diversas modalidades, partiendo de una visión profundamente humana y social de la profesión.

TEMAS

1. Generalidades sobre la transportación y su relación con el turismo
2. Transportación Terrestre
3. Transporte Acuático
4. Transporte Aéreo
5. Elementos de información turística utilizados en la transportación
6. Servicios complementarios relacionados con la transportación

Referencias

Gregory Aryear. (1995) *El agente de viajes, vendedor de sueños*. Ed. Diana
Foster Dennis. (1994) *Introducción a los viajes y al turismo*. Ed. McGraw Hill.
Official Airline Guide (OAG)
Travel Index
Manuales IATA Y FUAUV

Fuente: Elaboración propia

Materia: Estructura y Operación de Agencias de Viajes**Objetivos generales**

El alumno analizará detalladamente la estructura administrativa de las agencias de viajes y su relación con otras empresas de servicios dentro del sistema turístico.

Realizará con detalle, un presupuesto de viaje, utilizando, la metodología y documentación necesaria, propia de una agencia de viajes.

TEMAS

1. Generalidades sobre las agencias de viajes
2. Marco jurídico para la apertura de una agencia de viajes
3. Oferta de servicios de una agencia de viajes
4. Boletaje
5. Administración de ventas

Referencias

- Foster Dennis (1993). *Agencias de viajes: Administración y operación*. Ed. McGraw Hill.
- Syratt, Gwenda. (1995). *Manual of Travel agencies practice*. Ed. Oxford Butterworth- Heinemann.
- Secretaría de Turismo (1992). *Manual de administración de servicios humanos para agencias de viajes*.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Estructura y Operación de Congresos y Convenciones**Objetivos generales**

El alumno analizará de manera precisa los procedimientos para la planeación, organización, operación y control de servicios para congresos, convenciones y eventos de similares características en los que se reúnan una cantidad significativa de personas.

Organizará un evento que incluya diversos servicios para un grupo superior a las 50 personas.

TEMAS

1. Generalidades sobre grupos y convenciones
2. El Evento
3. La empresa organizadora del evento
4. Organización de un evento. Congreso, convención, seminario.
5. Aspectos mercadológicos y financieros del evento

Referencias

- Cravioto Tonatiuh. (1991) *Organización de congresos y convenciones*. 3ª.edic. Ed.Trillas.
- Richero Alicia (1993). *Eventos: Guía práctica para su planeación y ejecución*. Ed. Trillas.
- Sinerly Robert. (1994) *Planning and marketing conferences and workshops: tips, tools and techniques*. 4ª. Edic. Jossey-Bass Management Editions.

Fuente: Elaboración propia

Materia: Estructura y Operación de Empresas de Alimentos y Bebidas

Objetivos generales

Analizará la operación y administración de empresas y/o establecimientos de Alimentos y Bebidas en la actualidad.

Diseñará un proyecto para la apertura y operación de un establecimiento de Alimentos y Bebidas considerando todos los aspectos involucrados.

TEMAS

1. Planeación de Menús
2. Planeación de la estructura física
3. Administración de personal restaurantero
4. Administración de las compras, recepción de mercancías y almacén
5. Administración del área de producción
6. Funciones en el Área de Servicio y Administración

Referencias

- 1.- Durón Carlos G, (1990) El restaurante como Empresa, 1a. edic, Ed. Trillas S.A. de C.V., México
- 2.- Fisher William P, (1990) Marketing Creativo para el Servicio de Comidas, 1ª edic, Ed. Trillas, México
- 3.- Leonie Lambertine C., (1992) Administración de Bar, Cafetería y restaurante, 10ma edic., Ed. Continental, S.A. de C.V., México
- 4.- Lara Jorge, (1994) Dirección de Alimentos y bebidas en Hoteles, 6ta. Edic., Ed. Limusa, S.A. de C.V., México
- 5.- Biosca Domenec, (1997) Cómo dirigir con éxito un restaurante de los 90's, 1ª edic, Edit. Limusa S.A. de C.V., México
- 6.- Biosca Domenec, (1997) 1000 detalles que hay que cuidar en un hotel, un restaurante, un bar, 1ª edic, Edit. Limusa S.A. de C.V., México
- 7.- Secretaría de Turismo, (1992) Manual de Administración para restaurantes, 1ª edic., Edit. Limusa, S.A. de C.V., México

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Claudia Lezama Gonzalez

Materia: Producción de Alimentos y Bebidas

Objetivos generales

Aplicará las técnicas culinarias básicas en la elaboración de platillos de la Cocina Internacional

Crearé sus propias recetas culinarias partiendo las bases de la Cocina Internacional

Reconocerá la calidad de los alimentos y la adecuada aplicación de técnicas culinarias para la preparación de diferentes platillos fundamentándose en la dignidad humana de la persona.

TEMAS

1. Introducción
2. Fondos y Salsas
3. Entremeses, Entradas y Aperitivos
4. Ensaladas
5. Preparaciones a Base de huevo
6. Consomé, Sopas y Cremas
7. Preparaciones a Base de Arroz y pastas italianas
8. Preparaciones a Base de Volatería
9. Preparaciones a Base de Carnes
10. Preparaciones para la elaboración de postres

Referencias

- 1.- Harvey Jenifer., (1995) Larousse Gastronomique, 5ª. Edic., Ed. Crown Publishers, Inc., N.Y.
- 2.- Labensky Steven, Ingram Gaye, Labensky Sarah, (1997) Webster's New World Dictionary of Culinary Arts, 1ª. Edic., Ed. Prentice Hall Inc., U.S.A.
- 3.- Flores Graciela M., (1986) Bases y Procedimientos para el Arte Culinario, 3ª edic., Ed. Limusa S.A. de C.V., México
- 4.- André Dominé (1997), Del Campo a la Cocina, Alimentación Natural ed. Konemman.
- 5.- Le Cordon Bleu al Home (1995), Ed. Hearst Books N.Y., U.S.A.
- 6.- Chefs of Hyatt International Hotels (1995), Great Cuisines of the World, Chicago U.S.A.
- 7.- Le Cordon Bleu Home Collection (1998), by Merehurst Limited, Ferry House, London, England
- 8.- Contemporary Cooking Collection Ed. James Charlton Associates, Ltd.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Claudia Lezama Gonzalez

Materia: Alimentos y Bebidas en el Sistema Turístico

Objetivos generales

Analizará detalladamente los fundamentos históricos de los servicios de alimentos y bebidas, las bases legales para iniciar una operación restaurantera, y los conceptos básicos del servicio de comedor.

Utilizará los conceptos generales del servicio de alimentos y bebidas así como su desarrollo.

TEMAS

1. Los establecimientos de Alimentos y Bebidas dentro de la Actividad Turística.
2. Antecedentes Históricos de los Servicios de Alimentos
3. Disposiciones Legales para la Apertura de Establecer un Servicio de Alimentos y bebidas
4. El Servicio de Comedor
5. Bases Generales de Nutrición para el Servicio de Alimentación
6. Generalidades sobre el Vino y la Uva

Referencias

- 1.- Entrepreneur Group de México , (1990), Iniciando un restaurante, 2ª. Edic., Nacional Financiera, México.
- 2.- Reynoso Javier R., (1990), Tratado de Alimentos y Bebidas I, normas del servicio, 1ª. Edic., Ed. Limusa, S.A. de C.V., México
- 3.- Programa Turismo y Salud (1996), Manejo Higiénico de los Alimentos, 1ª edic., Secretaria de Turismo y Limusa, México
- 4.- Autores Varios (1992), Secretos de la Buena Cocina, 14ª. Edic., Reader's Digest México, S.A. de C.V., México
- 5.- Dussault Rolande, (1993) ¿Qué Comemos?, 1ª. Edic., Ed. Tormont Publications, Inc., Canadá
- 6.- Córdova José Luis F. (1990), La Química y la Cocina, 1ª. Edic., Ed. Fondo de Cultura Económica, S.A. de C.V., México
- 7.- Sabugo Pintor Ángel (1980), El Libro de la Alimentación, Ed. Nebrija Madrid, España.
- 8.- CANIRAC/ SECTUR /SECRETARÍA DE SALUD (1996), Manejo Higiénico de los Alimentos, Ed. Limusa, México

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Claudia Lezama Gonzalez

Materia: Producción de Alimentos y Bebidas para Banquetes

Objetivos generales

Aplicará las técnicas culinarias en la preparación de diversos menús de Alta Cocina propios para el servicio de banquetes.

Diseñará dignamente menús para la operación del servicio de banquetes partiendo de que está al servicio de la persona humana.

TEMAS

1. Introducción.
2. Entradas, entremeses y aperitivos
3. Preparaciones a Base de Ave de Corral y Tarta
4. Preparaciones a Base de Carne y Postres
5. Menús a base de Pescados
6. Menús a base de Mariscos
7. Menús de Cocina mexicana
8. Repostería

Referencias

- 1.- Castillo Pesado Enrique, Cordera Carmen, Quintana Patricia F, (1996), Platillo Ciudad de México, 1 ed. , Ed. Secretaria de Turismo, México
- 2.- Kennedy Diana, (1989) The Art of mexican Cooking, 1ª. Edic., Ed. Bantam, New York, U.S.A.
- 3.- Shugart Grace, (1993) Cómo preparar banquetes, 1ª edic., Ed. Limusa, S.A. de C.V., México
- 4.- André Dominé (1997), Del Campo a la Cocina, Alimentación Natural ed. Konemman
- 5.- Le Cordon Bleu al Home (1995), Ed. Hearst Books N.Y., U.S.A.
- 6.- Chefs of Hyatt International Hotels (1995), Great Cuisines of the World, Chicago U.S.A.
- 7.- Le Cordon Bleu Home Colection (1998), by Merehurst Limited, Ferry House, London, England
- 8.- Contemporary Cooking Colection Ed. James Charlton Associates, Ltd.

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la Lic. Claudia Lezama Gonzalez

Materia: Relaciones Públicas y Negociación**Objetivos Generales**

El alumno diseñará estrategias de comunicación que faciliten el desarrollo de las funciones administrativas y mercadológicas de la empresa turística.

Elaborará un programa estratégico de relaciones públicas y negociación para una empresa turística

TEMAS

1. Las relaciones públicas aplicadas al turismo
2. La imagen de la empresa turística
3. Medios y acciones utilizados en relaciones públicas
4. La negociación como estrategia de comunicación y ventas

Referencias

Cutlip and Center, Effective Public Relations, Ed. Prentice Hall Inc. NYC 7ª. Edic. 1994

Nieremberg Gerard I, El negociador completo. Ed. Limusa, México 1994.

Mercado Salvador, Relaciones Públicas, Ed. Pac, México, 1995

Fuente: Elaboración propia

7.6 EQUIVALENCIAS DE MATERIAS ENTRE EL PLAN 87 Y EL PLAN PROPUESTO

Con objeto de liquidar el plan anterior, se proponen las siguientes equivalencias en materias entre el plan 87 que se cursa actualmente y el plan propuesto.

Algunas materias serán las mismas, mientras que otras incluyen los contenidos del plan 87.

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
1º	Introducción a la Administración	0103	Administración	0101	Sus contenidos son equivalentes
1º	Contabilidad Básica I	0102	Contabilidad Básica	0210	Sus contenidos son equivalentes
1º	Introducción al estudio del derecho	0104			No existe asignatura equivalente
1º	Lógica matemática y álgebra	0101			Pre-requisito para ingreso
1º	Metodología y técnicas de la investigación	0105	Metodología de la Investigación	0104	Sus contenidos son equivalentes
1º	Introducción al turismo	0106	Fundamentos del Turismo	0105	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
2º	Proceso administrativo y áreas funcionales	0209	Administración	0101	Sus contenidos son equivalentes
2º	Contabilidad básica II	0208	Contabilidad aplicada a Empresas Hoteleras Contabilidad aplicada a Empresas de Alimentos y Bebidas	0317 0426	Los contenidos se distribuyen en dos grandes áreas de aplicación: Empresas Hoteleras y Empresas de Alimentos y Bebidas
2º	Derecho Mercantil	0211	Derecho Mercantil	0425	Sus contenidos son equivalentes
2º	Introducción a la toma de decisiones	0207	Matemáticas Financieras	0102	Sus contenidos son equivalentes
2º	Sistemas Turísticos	0210	Psicosociología del Turismo	0212	Se puede considerar asignatura sustituta aunque sus contenidos no sean equivalentes
2º	Tecnología del Hospedaje	0212	El alojamiento en el Sistema Turístico	0214	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
3°	Desarrollo Empresarial	0315	Administración Estratégica	0209	Sus contenidos son equivalentes.
3°	Costos	0314	Estructura y Operación de Empresas Hoteleras	0322	Una parte del contenido se incluye en Estructura y Operación de Empresas Hoteleras y la otra parte en Estructura y Operación de Empresas de Alimentos y Bebidas
3°	Legislación Turística	0317	Estructura y Operación de Empresas de Alimentos y Bebidas	0537	No existe asignatura equivalente
3°	Métodos Estadísticos	0313	Estadística Descriptiva	0211	Sus contenidos son equivalentes
3°	Análisis del Turismo	0316	Análisis del Turismo	0321	Sus contenidos son equivalentes
3°	Administración del Hospedaje	0318	Estructura y Operación de Empresas Hoteleras	0322	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
4°	Macroeconomía	0421	Macroeconomía	0642	Sus contenidos son equivalentes
4°	Finanzas I	0420	Administración Financiera	0643	Los contenidos se incluyen en un solo curso de Administración Financiera
4°	Psicología Industrial	0424	Administración del Capital Humano	0533	Los contenidos se incluyen en un solo curso sobre Recursos Humanos
4°	Métodos Probabilísticos	0419	Estadística Inductiva	0318	Sus contenidos son equivalentes
4°	Mercadotecnia I	0421	Elementos de Mercadotecnia	0320	Sus contenidos son equivalentes
4°	Transporte y Comercialización del turismo	0423	La Transportación en el Sistema Turístico	0645	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
5°	Microeconomía	0528	Microeconomía	0534	Sus contenidos son equivalentes
5°	Finanzas II	0526	Planación Financiera	0535	Sus contenidos son equivalentes
5°	Sociología	0530			No existe asignatura equivalente
5°	Investigación de Operaciones	0525	Modelos Cuantitativos	0427	Sus contenidos son equivalentes
5°	Mercadotecnia II	0527	Mercadotecnia de Servicios Turísticos	0536	Sus contenidos son equivalentes
5°	Servicio y Tecnología de Alimentos y Bebidas	0529	Alimentos y Bebidas en el Sistema Turístico	0429	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
6°	Administración Pública	0636			No existe asignatura equivalente
6°	Comercio Internacional	0633	Macroeconomía	0642	Los contenidos de la asignatura Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97.
6°	Planificación y Desarrollo	0635	Impacto Socioeconómico del Turismo	0748	Los contenidos de la asignatura Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97
6°	Finanzas III	0631	Administración Financiera	0643	Los contenidos de la asignatura Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97
6°	Mercadotecnia III	0632	Mercadotecnia Turística	0644	Sus contenidos son equivalentes
6°	Administración de Alimentos y Bebidas	0634	Estructura y Operación de Empresas de Alimentos y Bebidas	0537	Sus contenidos son equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
7°	Problemas económicos de México	0737	Impacto Socioeconómico del Turismo	0641	Los contenidos de la asignatura del Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97
7°	Recursos Humanos I	0740	Administración del Capital Humano	0533	Los contenidos de la asignatura del Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97
7°	Introducción a la Teoría de Sistemas	0741	Sistemas Informáticos	0319	Los contenidos de la asignatura del Plan 87 se incluyen en la asignatura del Plan 97
7°	Seminario de Investigación I	0742	Taller de Casos de Investigación Turística	0857	Sus contenidos pueden considerarse equivalentes
7°	Planificación Turística	0738	Planificación Turística	0751	Son asignaturas equivalentes
7°	Formulación de Proyectos de Inversión	0739	Formulación de Proyectos de Inversión	0749	Son asignaturas equivalentes

SEMESTRE	ASIGNATURA PLAN 87	CLAVE PLAN 87	ASIGNATURA PLAN 97	CLAVE PLAN 97	OBSERVACIONES
8°	Auditoría Administrativa	0846	Auditoría Administrativa	0641	Son asignaturas equivalentes
8°	Recursos Humanos II	0844	Administración del Capital Humano	0533	Los contenidos de la asignatura del Plan 87, se incluyen en la asignatura del Plan 97
8°	Diseño y Administración de Sistemas	0845	Sistemas Informáticos	0319	Los contenidos de la asignatura del Plan 87, se incluyen en la asignatura del Plan 97.
8°	Seminario de Investigación II	0847			No existe asignatura equivalente
8°	Evaluación de proyectos	0843	Evaluación de Proyectos de Inversión	0855	Sus contenidos son equivalentes

Fuente: Elaboración propia del autor

7.7 METODOLOGÍA DEL TRABAJO DOCENTE RECOMENDADA EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación se describen algunas de las principales estrategias recomendadas para ejecutar el proceso de enseñanza-aprendizaje que mejor favorezca a la propuesta curricular

Exposición participativa. Se presentarán las principales ideas relacionadas con el tema y el docente promoverá la participación constante de los alumnos al formularles preguntas y planteándoles problemas teóricos, resolviendo sus dudas y escuchando sus inquietudes.

Lecturas programadas. Se pedirá al alumno que revise bibliografía relacionada con el tema, preparando un reporte sobre los textos revisados. Estas lecturas serán comentadas en clase.

Estudio de casos. Se presentarán casos escritos, basado en experiencias de la vida real de las personas, equipos y organizaciones. Los alumnos analizarán el caso, se discutirá y se propondrán soluciones.

Trabajo cooperativo. Se constituirán equipos formados por alumnos con la intención de realizar una tarea o desarrollar un documento de investigación. Se espera que los alumnos desarrollen así una capacidad para el trabajo en equipo así como la disposición para laborar por un objetivo compartido con otros.

Exposición del alumno. Se dará un tema para que los estudiantes individual o grupalmente, lo presenten ante el resto de sus compañeros, buscando el intercambio de ideas y la discusión analítica y crítica.

Representaciones y simulaciones. Se crean circunstancias momentáneamente reales para que los alumnos practiquen las habilidades necesarias para el manejo de situaciones determinadas. Promueve el trabajo en equipo, la creatividad y el desarrollo de las habilidades, además se les puede pedir trabajo de investigación que fundamente sus representaciones.

Taller- Laboratorio. En el caso de las materias relacionadas con Alimentos y Bebidas el alumno realizará prácticas de preparación y servicio de Alimentos y bebidas tanto en forma individual como para atender eventos en los que se reúnan varias personas.

7.8 PROPUESTA DE EVALUACIÓN EN LA LICENCIATURA

La propuesta de evaluación de la licenciatura se divide en varios apartados que resulta conveniente comentar en forma particular.

7.8.1 CRITERIOS DE CALIDAD EN EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El proceso de evaluación hace referencia por un lado a la evaluación del plan curricular que se presenta, y por el otro a la evaluación del logro de los objetivos de aprendizaje por parte del alumno, como resultado de su transición por los programas de asignatura, semestres, ejes estratégicos y plan curricular.

La evaluación del plan curricular implica tres fases de evaluación. La primera relacionada con la evaluación del plan curricular como resultados de una metodología de diseño o planeación curricular, es decir, la evaluación de la congruencia entre el plan curricular diseñado y aquél que se realiza; y finalmente, la evaluación del plan curricular en su relación con el efecto que tiene el egresado en el campo profesional.

A) EVALUACIÓN INTERNA DEL PLAN CURRICULAR

La evaluación del plan curricular como producto de una fase de diseño o planeación, se realiza por el personal académico de la Escuela a su cargo e institucionalmente por la Dirección General Académica a través de la Coordinación General de Evaluación y Desarrollo Académico, estando orientada a la evaluación de la congruencia entre los elementos internos del plan curricular y de la vigencia, secuencia y estructuración de sus contenidos. La técnica de evaluación es el juicio de expertos internos a la institución y externos, mediante la integración del un Consejo Consultivo.

Concretamente, la reestructuración curricular que se presenta para la licenciatura de Administración Turística, está basada en el juicio de los docentes que participan en la Escuela de Administración Turística, del análisis de la información recogida en relación al seguimiento de egresados y a la comparación entre el plan curricular de Administración turística de la Universidad Anahuac y el de otras universidades.

B) EVALUACIÓN DEL PLAN CURRICULAR DURANTE LA FASE DE IMPLEMENTACION

Se realizará un proceso sistemático de recolección de información de los docentes que participan en la implementación del plan, a través de la aplicación de cuestionarios a aquellos docentes responsables de la instrucción del curso y de aquellos candidatos para impartirla que sean de nuevo ingreso.

Así mismo, se contempla un control de los contenidos a impartir a cargo de la Coordinación General de Evaluación y Desarrollo Académico de la Universidad y de la Dirección de la Escuela, a través de los coordinadores de área académica (ejes estructurales).

La evaluación de la operatividad del plan, así mismo se complementa con la información derivada del sistema integral de evaluación del personal académico y docente que se realiza tanto en periodos regulares como en intersemestrales y que incluye la calificación de factores de estructuración, experiencias de aprendizaje y evaluación del curso.

C) EVALUACIÓN EXTERNA DEL PLAN CURRICULAR

Finalmente, la evaluación externa del plan curricular se orientará a la evaluación del perfil profesional logrado como resultado de la licenciatura propuesta, a través de un examen de conocimientos y habilidades y de la implantación de un programa de seguimiento de egresados y de encuesta de opinión de las principales organizaciones laborales en las que se integra el egresado de Administración Turística Anáhuac.

7.8.2 EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES LOGRADOS

Los instrumentos para la evaluación de los aprendizajes durante los cursos, se dividen según la naturaleza del proceso cognoscitivo, en exámenes, resolución de ejercicios, sesiones de discusión, resolución de casos, elaboración de ensayos, exposición de trabajos que manifiesten la búsqueda y análisis de información por parte del alumno y/o la representación de una observación externa en el campo de la disciplina. Es decir, la evaluación del aprendizaje del alumno durante los cursos se realiza bajo la responsabilidad del docente que implementa éste, considerando los dos momentos posibles de la evaluación (evaluación formativa y sumativa) que señala el Reglamento de labores docentes de la Universidad y el Reglamento de alumnos, como evaluaciones parciales y finales, así como participación, tareas y trabajos.

Con relación a la evaluación del aprendizaje logrado, la Escuela de Administración Turística participa en un programa de control institucional a través de exámenes departamentales que se realizan en determinadas asignaturas, siendo los criterios institucionales de asignación de cursos a este programa el índice de reprobación académica existente, la dificultad del contenido dentro del plan curricular y la necesidad de control del rendimiento por la existencia de diferentes grupos y docentes.

Debido a que los resultados de la investigación señalan la existencia de una evaluación normativa, la mayoría de las veces por parte de los docentes, se planea una evaluación del aprendizaje del alumno al término de cada área académica y al término de la licenciatura, como medio para la comparación entre el aprendizaje logrado como producto de la implantación del plan y aquél señalado en la fase de diseño, como esperado.

La responsabilidad de este proceso de evaluación estará a cargo de la Dirección de la Escuela y la Coordinación General de Evaluación y Desarrollo Académico de la Universidad, siendo el criterio metodológico básico de los instrumentos de medición que se empleen, el que éstos, estén orientados a medir los objetivos de aprendizaje señalados en el plan.

La información derivada de este proceso de investigación evaluativa sistemático será empleada como retroalimentación y fundamentación para las reestructuraciones curriculares subsecuentes que se realicen.

7.9 PROCESO DE TITULACIÓN

En la actualidad la Licenciatura en Administración Turística presenta como opciones de titulación la Tesis, el examen de conocimientos y los estudios de pos- grado. Sin embargo, el plan 97, queda sujeto a las opciones de titulación que la Universidad establezca en el Reglamento de Titulación como consecuencia de la Simplificación Administrativa de la Secretaría de Educación Pública que acredite la titulación del alumno por el promedio de rendimiento escolar; o por la calificación obtenida en pruebas con estándares universitarios nacionales e internacionales que midan el perfil profesional mínimo de egreso.

CONCLUSIONES

- El turismo puede considerarse como un fenómeno contemporáneo, que aunque vio su nacimiento hace ya algunos siglos, no es sino a partir de la segunda guerra mundial, que comenzó a gestarse su desarrollo acelerado, y transformarse hoy en día en una actividad universal de gran trascendencia económica, social y cultural. Por lo tanto se puede afirmar que es una actividad relativamente joven cuyos beneficios, es hasta hoy que se aprecian en toda su magnitud. Uno de esos beneficios es precisamente la posibilidad que tiene para generar empleos tanto directos como indirectos.
- La actividad turística, dentro de un enfoque económico, se integra en el Sector Terciario o sector de los servicios, cuyo crecimiento en las últimas década ha sido sumamente significativo en todos los países, incluyendo México. Se ha llegado a decir incluso que nos encontramos dentro de una etapa de terciarización de la economía, en donde los servicios marcan el cauce económico, sobre todo en términos de generación de empleos. El turismo forma parte de esta dinámica definitivamente.
- Al ser la actividad turística, relativamente joven, la educación en este campo también lo es y de hecho un volumen no identificado de ejecutivos y empresarios dedicados a la actividad han desarrollado su práctica profesional de manera empírica, es decir, aprendiendo de las experiencias cotidianas generadas en el servicio. La necesidad de profesionalizar los servicios relacionados con el turismo ha sido una constante, tendiente a combatir ese empirismo tradicional y generacional que de alguna manera frena el desenvolvimiento de la actividad turística.
- Por otra parte, es importante comentar que ha prevalecido una falta de comunicación entre los sectores público y privado del turismo y las instituciones de educación superior provocando una desvinculación de los planes de estudio vigentes con la realidad que se vive en la actividad turística. La opinión de los empresarios es que los nuevos egresados tienen, en general, un concepto poco realista y un tanto idealizado del trabajo que se realiza en el sector Turismo.
- Para lograr la formación de profesionales capacitados es de suma importancia considerar que la educación es una inversión de acuerdo con la teoría neoclásica o de capital humano y por ello en la medida en que se invierta en una mejor capacitación, se podrán obtener mejores posibilidades de desarrollo tanto en términos individuales como colectivos al darse el efecto multiplicador.

- Por otro lado es necesario considerar que los profesionales egresados de una institución como la Universidad Anáhuac generalmente pertenecen, de acuerdo a la teoría de la segmentación del mercado de trabajo, al segmento denominado como "Alta Educación", el cual está dirigido a formar a personal cuyas ocupaciones son a nivel gerencial y administrativo.
- La Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac es una escuela joven, sin embargo, pionera en la educación superior, al ser consciente en su momento, de la necesidad de formar cuadros profesionales de alto nivel, capaces de modificar la inercia propia de la práctica empírica y generar nuevas propuestas para su mejor desenvolvimiento. Sin embargo, a pesar de que la licenciatura tiene ya más de 20 años, el plan de estudios se ha modificado únicamente en dos ocasiones, perdiendo en algún momento ciertos niveles de competitividad y posicionamiento frente a otras instituciones que descubrieron, en tiempo más recientes, el potencial que brinda la educación técnica y profesional dirigida al turismo.
De esta manera, La Universidad Anáhuac, siempre comprometida con las políticas educativas del país y dentro de los marcos educativos institucionales, ha generado la idea de reestructurar el plan de estudios de la licenciatura de Administración Turística, con la finalidad de conformar cuadros humanos requeridos en la sociedad mexicana del nuevo milenio.
- De acuerdo con los resultados recavados por medio de esta investigación y comparados con otros estudios realizados por la OMT y por la misma escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac, se puede señalar que uno de los principales problemas de las empresas es el de encontrar directivos calificados, al igual que empleados especializados.
- A partir de la investigación de campo realizada a alumnos/as de 7° y 8° semestres de la Licenciatura durante el periodo Enero – Agosto de 1996, egresados desde la generación 87, docentes, así como algunas empresas turísticas que han empleado egresados de la licenciatura, se identificaron ciertos aspectos que es importante resaltar y que marcan la necesidad de hacer una reestructuración al actual plan de estudios. Algunos de los aspectos más significativos que resaltan la necesidad de reestructuración al programa actual se mencionan a continuación:
 1. Tanto alumnos/as como maestros, egresados y empresas, consideran que en términos generales, el plan de estudios es bueno en cuanto a la formación profesional que proporciona sin embargo no es vigente a las necesidades actuales del mercado laboral turístico

2. Uno de los aspectos que fue resaltado de manera insistente por parte de alumnos/as y egresados fue la alta carga teórica de las materias cursadas, lo cual dificulta su integración al ámbito laboral. Sin embargo se reconoce la importancia y valor de materias que lograron relacionar la teoría con la práctica como es el caso de aquellas que forman parte del área contable y financiera. Las materias deben manejar mas ejercicios prácticos y actividades en el campo laboral que les permitan obtener una experiencia más allá de los conceptos teóricos.

3. Los alumnos/as y egresados igualmente coincidieron en la opinión de ampliar los contenidos de las materias directamente relacionadas con el ámbito empresarial del turismo como es el caso de la hotelería, alimentos y bebidas, transportación y agencias de viajes, así como otras no contempladas con anterioridad como grupos y convenciones, relaciones públicas y mercadotecnia. Los programas de las materias que se integren al plan reestructurado buscarán no sólo ampliar contenidos, sino también actualizarlos a la realidad actual y considerar las tendencias futuras directamente relacionadas con la tecnología, los nuevos procesos de control y gestión y la creación y comercialización de bienes y servicios involucrados con el turismo.
En relación con lo anterior, se puede afirmar que, el plan de estudios 1987 ha sido formativo en su conjunto, sin embargo, no conscientiza al alumno/as de que para alcanzar posiciones gerenciales en las empresas turísticas es necesario, en muchos de los casos, iniciarse en puestos operativos. Es en estos en donde el profesional egresado demostrará sus habilidades y capacidades para la toma de decisiones y podrá escalar mejores posiciones.

4. Otro aspecto que resulta necesario resaltar, producto de la opinión de los alumnos/as y egresados es el hecho de que el estudio del fenómeno del turismo ha resultado limitado y de poca profundidad. Esta opinión refleja la tendencia que ha tenido la licenciatura a la fecha, que es desarrollar buenos administradores pero con una incompleta especialización en la actividad turística. La intención de reestructurar el plan actual es corregir esta deficiencia y alcanzar un equilibrio entre el ámbito administrativo y el turístico/operativo.

En este momento resulta conveniente señalar que, de acuerdo con la revisión de los planes y programas de otras instituciones y de aportaciones de la Secretaría de Turismo, se pudo reconocer que 85% de las licenciaturas que se agrupan en el área de la Administración de Empresas Turísticas, se fundamenta en el esquema de tronco común junto con las carreras de Administración de Empresas y Contaduría, lo cual impide una formación integral desde el inicio de la carrera.

5. En otro ámbito, pero igualmente significativo, también fue detectada una carencia en cuanto a contenidos relativos al ámbito histórico-patrimonial, geográfico y cultural, mismos que resultan fundamentales para reconocer el valor y la importancia de la materia prima del turismo que son los atractivos o motivadores de desplazamientos, punto de partida del fenómeno turístico y sus posteriores repercusiones o consecuencias. Esta carencia, detectada por alumnos y egresados, subraya las limitaciones del actual plan de estudios en cuanto al conocimiento, análisis e interpretación del turismo.

Otras carencias detectadas son aquellas relacionadas con conocimientos en lenguas extranjeras, y el manejo de sistemas informáticos y en general de herramientas tecnológicas. Por otro lado, se considera que el elemento práctico de los programas de estudio es insuficiente, así como las oportunidades de práctica de los alumnos.

- Una propuesta de plan de estudios debe hacer consciente al egresado de que forma parte de una institución educativa, que en este caso es la Universidad Anáhuac, que no sólo prepara para enfrentarse a los retos del campo laboral, sino que además le dará una formación humanística que incluye valores y principios éticos y morales que son de carácter universal. Esta formación no se obtiene necesariamente de cualquier institución universitaria. El actual plan de estudios contempla estos valores pero de manera muy general y se pretende reforzar esto en la propuesta de plan de estudios.
- Con todo lo anterior, se concluye y justifica la necesidad de una reestructuración del plan de estudios vigente 1987 de la Escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac.
El nuevo plan curricular, pretende reforzar los aspectos técnicos que sustentan una toma de decisiones con bases científicas, buscando conformar una visión sistemática del entorno con una fuerte orientación hacia la formación en la práctica.
La modificación curricular que se propone pretende mejorar el plan anterior, incrementando el número de asignaturas en humanidades, turismo, mercadotecnia, administración, finanzas y empresas de servicios turísticos, en un programa interdisciplinario con una fuerte orientación hacia la formación en la práctica. De esta manera se busca satisfacer las necesidades del mercado laboral, abriendo por lo tanto un excelente y variado campo de trabajo para los egresados.
- El plan propuesto integra 62 materias y un total de 386 créditos frente a 57 materias y 384 créditos. En el diseño se han rescatado materias fundamentales para la administración de empresas que el plan anterior trataba, pero buscando una renovación en sus contenidos y en la bibliografía utilizada, para hacerlas aplicables a la realidad globalizadora y tecnificada en la que nos encontramos, de la que el turismo no se escapa.

Asimismo, se han eliminado materias que de alguna manera repetían contenidos o resultaban poco prácticas, como es el caso de Planificación y Desarrollo, Psicología Industrial y los laboratorios de Hospedaje.

- Con esta propuesta, se intenta generar beneficios a todos los elementos involucrados. La Universidad Anáhuac mantendrá su posicionamiento como una Institución Educativa que se encuentra a la vanguardia en los procesos educativos, en este caso, en el ámbito turístico.

Los alumnos obtendrán una formación integral, más acorde con la realidad que se vive en la actualidad y con la posibilidad de responder a las demandas futuras que el mercado laboral turístico presente.

Los egresados, que aunque ya no podrán recibir los beneficios directos del nuevo plan, podrán sentirse respaldados por la Institución de la que formaron parte, confiados en la imagen de constante renovación que esta genere.

Las empresas recibirán personal con una educación integral, capaz de establecerse de la mejor manera en las organizaciones y generando innovaciones al interior de las mismas, con un alto sentido humanístico, práctico y de liderazgo, por que es el tipo de sujetos que la Escuela de Administración Turística busca formar.

Finalmente, la actividad turística en México, así como en otras latitudes, tendrá personal mejor capacitado, más desenvuelto e imaginativo y atento a los cambios mundiales que afecten a la economía, a las empresas, al sector servicios y por supuesto al turismo.

- Un Licenciado en Administración Turística como el que se pretende que se prepare en la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac debe ser posicionado como un líder y tomador de decisiones en diversas funciones ejecutivas. El egresado de Administración Turística de la Universidad Anáhuac, debe estar capacitado para asumir el liderazgo en el campo profesional del turismo, en cualquier región, país, empresa y/o institución del ramo.

BIBLIOGRAFIA

- ACERENZA Miguel Angel. *Administración del Turismo*. 3°. Edic. Ed.Trillas, México, 1991.
- AMERICAN EXPRESS FOUNDATION. *Jobs for the Millennium, Executive Summary*, U.S.A. 1996.
- ANDER-EGG Ezequiel. *La Planificación Educativa, Conceptos, métodos, estrategias y técnicas para educadores*, Ed. Magisterio del Río de la Plata, Buenos Aires, 1993.
- ARNAZ Jose, A. *La Planeación Curricular*. Ed. Trillas, México, 1993.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE UNIVERSIDADES E INSTITUTOS DE ENSEÑANZA SUPERIOR (ANUIES). *La planeación de la Educación Superior en México*, Ed. Annuies, Puebla, 1978.
-----, Anuario 1995.
- BANCO MUNDIAL. *Informes sobre el desarrollo mundial 1989, 1991 y 1992*. Oxford University Press. 1994.
- BARRON TOLEDO Jesus. *La enseñanza superior en México*, Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior.
- BERGERON KOPPEL. *Modern Management in Canada*, Ed. Prentice Hall, Canadá , 1994.
- BERTRAM Peter. *Fast Food Operations*, Ed. Barrie & Jenkins, Londres, 1975.
- BISQUERRA Rafael. *Métodos de Investigación Evaluativa, Guía Práctica*. Ediciones Ceac, Barcelona, 1989.
- BLAUG Mark. *Introducción a la Economía de la Educación*, trad. Del inglés por Luis Garcia Diego, Ed.Aguilar, México, 1982.
- BOULLON Roberto. *Las actividades turísticas y recreacionales*. Ed. Trillas, México 1983.
- BOWEN John. Et.al. *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. Ed. Prentice Hall, México, 1997.

- CARNOY. Et.al. *Economía Política del financiamiento educativo*. Ediciones Gernika, México, 1986.
- CARNOY. *Economía y Educación*. Revista Educación No.40 Abril - Junio, México, 1982.
- CARNOY M. *Orthodox Theories of Labor Markets, Education and Employment*. UNESCO. International Institute for Educational Planning, París, 1980.
- *Economía y Educación*. Revista Educación No.40 Abril-Junio, México, 1982.
- COLLINS R. *Functional and Conflict Theory of Educational Stratification*. American Psychological Review. Vol.36., E.U.A. 1971.
- CONSEJO MUNDIAL DE VIAJES Y TURISMO. *Viajes y Turismo: Progresos y Prioridades*. Bruselas, 1995.
- *Viajes y Turismo en el Reino Unido: una nueva perspectiva económica*, 1995.
- COWELL Donald. *Mercadeo de Servicios, Un nuevo enfoque: del operativo al perceptivo*. Ed. Legis, Bogota, 1991.
- CHRISTIE MILL, ALASTAIR M. *The Tourism System, an Introductory text*. Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs, New Jersey 1984.
- DIAZ-BARRIGA Frida. Et.al *Métodología de Diseño Curricular para Educación Superior*. Ed. Trillas, México, 1995.
- DALE Ernest. *Organization*. American Management Association, U.S.A. 1967.
- DE LA TORRE PADILLA Oscar. *El turismo, Fenómeno Socioeconómico y Cultural*. Ed.FCE, México, 1976.
- DENISON, E.F. *The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives Before Us*, Committee for Economic Development, New York, 1962.
- DORE R. Et.al. *Educación y Estructura Económica: Marco Teórico y Estado del arte de la Investigación en México*. Revista del CEE. Vol. II 1990.
- ESTEFAN CHAUL Lorís *El Turismo y la Balanza de Pagos Mexicana*. Tesis Profesional, Univesidad Anahuac, Escuela de Administración Turística, México, 1978.

ESCOBAR IBARRA, Guillermo. *Economía Terciaria y Desarrollo Regional en México*. Ed. FCE, México, 1996.

FERNANDEZ FUSTER Luis. *Teoría y Técnica del Turismo*. Ed. Nacional, Madrid, 1980.

GINEBRA Joan. *El Liderazgo y la Acción. Mitos y Realidades*. Ed. Mc Graw Hill, México, 1984.

GAMA Gabriela M. *El turismo: Alternativa de uso creativo del tiempo libre de los jóvenes del Distrito Federal*. Tesis Profesional, Universidad Anáhuac, Escuela de Administración Turística, México, 1987.

GOMEZ Victor. *Educación Superior, Mercado de Trabajo y Práctica Profesional. (Análisis Comparativo de diversos estudios en México)*, Universidades México, Vol.23, México 1984.

GORDON, REICH, EDWARDS. *A Theory of Labor Market Segmentation*. American Economic Review, Vol.63. Mayo 1973.

GURRIA DI-BELLA, Manuel. *Introducción al Turismo*. Ed. Trillas, México, 1991.

HABER Rummyon. *Estadística General*. Ed. Fondo Educativo Interamericano, México, 1989.

IBARRA Escobar Guillermo. *Economía Terciaria y desarrollo regional en México*. Ed. FCE. México. 1997.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFIA E INFORMATICA (INEGI)- SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL (ST y PS). *Estudio sobre el empleo en el Sector Turismo*. México, 1994.

----- *Estadísticas Históricas de México y sistemas de cuentas nacionales de México*. 1970-1988.

JIMENEZ, Alfonso. *Turismo, Estructura y Desarrollo*. Ed. McGraw Hill, México, 1992.

KOTLER, Philip. *Dirección de Mercadotecnia*. Ed. Diana, México, 1985.

LOVELOCK, Christopher H. *Mercadotecnia de Servicios*. 3ª. Edic. Ed. Prentice Hall, México, 1997.

MATHIESON Alister, GEOFFREY Wall. *Turismo, Repercusiones Económicas, Físicas y Sociales*. Ed. Trillas, México, 1990.

- MEDLIK, *The Business of Hotels*. Ed. Butterworth, 2ª. Edic., Gran Bretaña, 1993.
- MOLINA Sergio. *Conceptualización del Turismo*. Ed. Limusa, México 1991.
- MUNNÉ Frederic. *Psicosociología del tiempo libre, un enfoque crítico*. Ed. Trillas, México, 1984.
- MUÑOZ IZQUIERDO Carlos. *Expansión Escolar, Mercado de Trabajo y Distribución del Ingreso en México*. Revista del CEE Vol. 4 No. 1 México, 1974.
- Nueva Enciclopedia práctica de turismo, hoteles y restaurantes*. Ed. Oceano/Centrum. México. 1996.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, *El Turismo en las Américas (Reporte)*.
1994
----- *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo s/f*.
----- *Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Hacia un desarrollo sustentable del medio ambiente*. Madrid, 1995.
----- *Calidad en la educación turística (TEDQUAL)*, Madrid, 1996.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO. *Exámenes de las Políticas Nacionales de Educación*. OECD Publications, México, 1997.
- PARDINAS Felipe. *Metodología y Técnicas de la Investigación en Ciencias Sociales*. Ed. Siglo XXI, México, 1983.
- RAMIREZ BLANCO Manuel. *Teoría General del Turismo*. Ed. Diana, México, 1982.
- RAMOS GONZALEZ Mario. *Administración de Alimentos y Bebidas*. Ed. Continental, México, 1984.
- ROBBINS y DE CENSO. *Fundamentos de Administración, Conceptos y Aplicaciones*. Ed. Prentice Hall, México, 1995.
- ROMERO RUIS GALINDO, y SUAREZ VAZQUEZ Rafael. *La Enseñanza del Turismo en México*. Secretaría de Turismo, México, 1980.
- ROSANDER A.C. *Calidad en los servicios*. Ed. Legis. Bogota. 1995.
- SALINAS DE GORTARI Carlos. *3er y 4º informes de Gobierno*. 1991, 1992.
- SECRETARIA DE TURISMO. *Manual de Administración Hotelera*. Ed. Limusa, México, 1992.

- *Dirección General de Política Turística Económica, Economía y Turismo. Notas para una discusión.* México, 1994.
- *Estadísticas Básicas de la Actividad Turística,* México, 1996.
- *Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo.* S/F.
- *El Turismo en México. Aspectos Relevantes.* México. 1996.
- SIDEKTUR. *Guía Oficial de Instituciones de Educación Turística.* México, 1996.
- SCHULTZ, T.W. *The Economic Value of Education,* Columbia University Press, 1963.
- U. S. GOVERNMENTE. *The National Tourism Policy Study, Final Report.* 1978.
- UNIVERSIDAD ANÁHUAC. *Historia y Misión de la Universidad Anáhuac: Proyecto y Sistema Educativo,* Documento Institucional. S/F
- WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. *El turismo en México, Aspectos Relevantes,* 1995.
- ZORRILLA Santiago. *Diccionario de Economía.* Ed. Limusa. México, 1993.

ANEXO 1

INSTRUMENTOS DE PRUEBA UTILIZADOS

UNIVERSIDAD ANÁHUAC
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

INSTRUMENTO DE PRUEBA DEFINITIVO PARA ALUMNOS

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como propósito, medir y analizar la opinión de los alumnos de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac sobre el actual plan de estudios. Le suplicamos conteste con claridad y precisión, subrayándole la confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS GENERALES:

EDAD _____ SEXO _____ SEMESTRE _____

1- Menciona 5 materias que consideras han sido básicas en tu formación como Administrador Turístico

2- Menciona las materias que consideres no te han servido mucho en tu formación como Administrador Turístico

3- ¿Por qué?

4- ¿Cuál consideras que es tu papel como estudiante de la licenciatura en Administración Turística?

5- ¿Qué piensas del plan de estudios actual en relación a tu formación profesional?

_____ Óptimo _____ Bueno _____ Adecuado _____ Deficiente _____ Malo

6- ¿Te sientes capacitado para la resolución profesional de problemas?

_____ Sí _____ No

7- ¿Por qué?

8. ¿Consideras que hay materias dentro del plan de estudios que te den una formación para la resolución profesional de problemas?

_____ Sí _____ No Por qué? _____

9. ¿Cuáles son éstas?

10. ¿Qué porcentaje de la planta de maestros consideras que tiene una formación profesional adecuada?

11. ¿Por qué?

12. ¿Consideras que tus maestros tienen una formación pedagógica adecuada?

_____ SI _____ NO

13. ¿Por qué?

14. En tu opinión, ¿qué actividades profesionales puede y debe desempeñar un Administrador Turístico?

15. ¿Consideras que la formación recibida en la licenciatura te está capacitando para el desempeño de estas actividades profesionales?

_____ Si _____ No

16. ¿Por qué?

17. ¿Qué consideras que le hace falta al plan de estudios para tu formación profesional?

18. Comentarios

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

ESCUELA DE ADMINISTRACION TURÍSTICA

INSTRUMENTO DE PRUEBA DEFINITIVO PARA EGRESADOS

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como propósito, medir y analizar la opinión de los egresados de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac sobre el actual plan de estudios. Le suplicamos conteste con claridad y precisión, subrayándole la confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS GENERALES

EDAD _____ SEXO _____ GEN _____

TITULADO _____ SI _____ NO _____ ESPECIALIZACIÓN _____

MAESTRIA _____ DCTORADO _____ OTROS CURSOS _____

1- ¿Porque escogiste la licenciatura en Administración Turística en la Universidad Anáhuac y no en otra universidad?

- a) por influencia familiar ()
- b) por el buen nivel académico ()
- c) porque un Administrador Turístico de la U. Anáhuac tiene mas prestigio ()
- d) porque los Administradores Turísticos de la U. Anáhuac tienen mas campo de trabajo()
- e) otros () especifique _____

2- ¿Consideras que en conjunto las materias del plan de estudio fueron suficientes para darte una formación básica completa como Administrador Turístico?

_____ SI _____ NO

3- ¿Por qué?

4- ¿Qué contenidos agregarías?

5- ¿Cuáles de los contenidos de las materias de la licenciatura te han sido de más utilidad en tu desarrollo profesional?

6- ¿En qué áreas consideras que fue deficiente el plan de estudios?

7. En tu opinión, la formación de los Administradores Turísticos en la Universidad Anáhuac es:
- En el aspecto teórico y metodológico.
Buena _____ Regular _____ Deficiente _____
- En el aspecto práctico.
Buena _____ Regular _____ Deficiente _____
8. ¿Estás trabajando actualmente?
_____ Sí _____ No
9. ¿Qué puesto desempeñas actualmente?

10. Si tu respuesta es negativa, ¿por qué no estás trabajando?

11. ¿Trabajas dentro del sector Turismo?
_____ Sí _____ No
12. ¿Dentro de qué actividad se encuentra la empresa en la que trabajas?

13. Si tu respuesta es positiva, ¿qué puesto desempeñas actualmente dentro del sector Turismo?

14. ¿Te interesaría trabajar dentro del sector Turismo?
_____ Sí _____ No
15. ¿A través de qué medio encontraste tu trabajo actual?
- a) bolsa de trabajo en la U. Anáhuac ()
b) Familiares ()
c) Amistades ()
d) Agencia de asesoría empresarial ()
e) Congresos ()
f) Otros () Especifique _____
16. Consideras que las dificultades para conseguir tu primer trabajo fueron:
- a) No tuve dificultades ()
b) El campo de trabajo era limitado ()
c) Me exigían mayores requisitos educativos ()
d) Me exigían estar titulado ()
e) La remuneración era baja ()
f) No tuve dificultades porque tenía asegurado un puesto de trabajo ()
al finalizar mis estudios
g) Me exigían experiencia ()
h) Otros () Especifique _____

17- ¿Qué dificultades tuviste para obtener tu trabajo actual?

- a) Es el mismo trabajo desde que salí de la escuela ()
 b) No tuve dificultades ()
 c) El campo de trabajo era limitado ()
 d) Me exigían mayores requisitos educativos ()
 e) Me exigían estar titulado ()
 f) La remuneración era baja ()
 g) No tuve dificultades porque tenía asegurado un puesto de trabajo al finalizar mis estudios ()
 h) Me exigían experiencia ()

18- ¿Qué tipo de puesto dentro de la jerarquía ocupacional tuviste inmediatamente finalizando tus estudios?

- a) Área técnica, programador, operador ()
 b) Trabajo administrativo, de supervisión y control ()
 c) Dirección, concepción y gestión. ()

19- Para realizar tu primer trabajo como Administrador Turístico ¿fue necesario tomar algún curso extra o requeriste de conocimientos que no te dieron en tu formación dentro de la Universidad?

_____ Sí _____ No ¿Cuál? _____

20- ¿Dentro de qué rango se encuentra tu salario?

21- ¿Consideras que la escuela de Administración Turística de la Universidad Anahuac te ha preparado con todos los requisitos que requiere un Administrador Turístico para desempeñar en el mercado de trabajo?

_____ Sí _____ No

22- ¿Por qué?

23- ¿Qué consideras que le falta al plan de estudios para proporcionarte esta preparación?

- a) Más teoría ()
 b) Más práctica ()
 c) Más metodología ()
 d) Otras materias ()
 e) Otra () Especifique _____

24- ¿Consideras que existió congruencia entre lo que la escuela de Administración Turística te ofreció cuando ingresaste y lo que obtuviste al final de tu licenciatura?

_____ Sí _____ No

25- ¿Por qué?

26- Comentarios

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

INSTRUMENTO DE PRUEBA DEFINITIVO PARA PROFESORES

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como propósito, medir y analizar la opinión de los Docentes de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac con respecto a una posible reestructuración del actual plan de estudios. Le suplicamos conteste con claridad y precisión, subrayándole la confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS GENERALES

NOMBRE _____

CÁTEDRA(S) QUE IMPARTE _____

PROFESIÓN _____

INSTITUCIÓN EN LA QUE ESTUDIÓ _____

NIVEL ACADÉMICO _____

1- ¿Cuánto tiempo lleva dando clases en la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac?

2- Además de impartir clases dentro de la Universidad, ¿tiene usted otro trabajo?

_____ Sí _____ No

3- ¿Cuál?

4- ¿Considera usted que el programa que la Universidad le proporciona para dar su materia, es completo y actualizado?

_____ Sí _____ No

5- ¿Por qué?

6- ¿Conoce completamente el programa de estudios que cursan los alumnos de la licenciatura de Administración Turística de la Universidad Anáhuac?

_____ Sí _____ No

7. ¿Por qué?

8. Si su respuesta es afirmativa, ¿considera que el programa de estudios capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral?

_____ Sí _____ No

9. Explicar por qué

10. ¿Que entiende usted por (sea explícito)

SERVICIO _____

TURISMO _____

ADMINISTRACIÓN _____

11. ¿Le agregaría alguna asignatura o contenido al plan de estudios actual?

_____ Sí _____ No

12. Si su respuesta es afirmativa ¿qué agregaría?

13. Si su respuesta fue negativa, ¿por qué no le agregaría nada?

14. ¿Le quitaría alguna asignatura o contenido al plan de estudios actual?

_____ Sí _____ No

15. ¿Conoce el programa de las demás asignaturas que se relacionan con la(s) que usted imparte?

16. Comentarios

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

INSTRUMENTO DE PRUEBA DEFINITIVO PARA EMPRESAS

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como propósito, medir y analizar los requerimientos de los empleadores de egresados de la licenciatura de Administración Turística. Le solicitamos conteste con claridad y precisión, subrayándole la confidencialidad de la información proporcionada.

DATOS GENERALES DEL EVALUADOR

NOMBRE _____

EDAD _____ SEXO _____ TITULADO _____ SI _____ NO

PUESTO _____

PROFESIÓN _____ UNIVERSIDAD _____

DATOS DE LA EMPRESA

NOMBRE DE LA EMPRESA _____

ACTIVIDAD _____ NUMERO DE EMPLEADOS _____

Nº DE EMPLEADOS DE LA LICENCIATURA DE ADMÓN. TURÍSTICA DE LA U. ANÁHUAC _____

1- ¿Porqué eligió a un egresado de la Universidad Anáhuac?

- a) Por su nivel académico ()
- b) Porque su calidad educativa se refleja en una mayor productividad ()
- c) Por su adaptabilidad a la filosofía de la empresa ()
- d) Por el prestigio de la Universidad Anáhuac ()
- e) Porque cumple con los requisitos demandados por el puesto ()
- f) Porque un Administrador Turístico egresado de la Universidad Anáhuac tiene buenas relaciones con los clientes y el personal de la empresa. ()

2- ¿A través de qué medios solicitan a los Administradores Turísticos?

- a) A través de las bolsas de trabajo en la universidad ()
- b) Amistades ()
- c) Congresos ()
- d) Periódico ()
- e) Otros () Especifique _____

3. ¿Podría evaluar en una escala del 1 al 10 a los Administradores Turísticos egresados de otras universidades que hayan trabajado en su empresa?

- a) Universidad Anáhuac ()
 b) Universidad Iberoamericana ()
 c) Universidad Panamericana ()
 d) Universidad del Valle de México ()
 e) Universidad Tecnológica de México ()
 f) Instituto Politécnico Nacional ()
 g) Universidad Insurgentes
 h) Colegio Nal. de Educación Profesional Técnica ()
 i) Universidad Anáhuac del Sur ()
 g) Otras () Especifique _____

De acuerdo a su experiencia califique al Administrador Turístico de la Universidad Anahuac de acuerdo a la siguiente escala:

- 1- Malo 2- Deficiente
 3- Regular 4- Muy bueno
 5- Excelente 6- No aplicable

4- Conocimientos Académicos

- Área administrativa ()
- Área contable y Financiera ()
- Área legal y humanística ()
- Área de matemáticas y sistemas ()
- Mercadotecnia e investigación ()
- Área económica ()

5- Características generales del profesional:

- Habilidad para distinguir la importancia de las situaciones ()
- Razonabilidad de sus conclusiones y recomendaciones ()
- Habilidad para planear y organizar trabajo ()
- Delegación de trabajo ()
- Habilidad para absorber trabajo ()
- Habilidad en la planeación futura ()
- Adaptabilidad ante el trabajo intenso ()
- Relaciones con clientes y/o personal externo ()
- Relaciones con el personal de la empresa ()
- Interés por la empresa ()
- Habilidad para conseguir nuevos trabajos ()

6- Experiencia y Potencial

- Experiencia actual dentro de su puesto ()
- Posibilidad de progreso ()

7- Comentarios Generales

7a- Impresión general sobre la actuación de estudiantes de la licenciatura de Administración Turística de la Anáhuac al inicio de su contratación

7b- Comentarios sobre las áreas en que se presentan mayores deficiencias al ingresar

8- ¿Considera usted que existió congruencia entre la preparación académica que presentó el Administrador Turístico al ingresar y los requisitos que el puesto de trabajo demandaba?

_____ Sí _____ No

8a- ¿Por qué?

9- ¿Considera Usted que para el desempeño de puestos ejecutivos en cualquier rama del turismo sea necesario contar con los conocimientos de un licenciado en Administración Turística?

_____ Sí _____ No ¿Por qué? _____

10- ¿Cree usted que los licenciados en Administración Turística de la Universidad Anáhuac son aptos para ocupar un puesto ejecutivo en su empresa?

_____ Sí _____ No ¿Por qué? _____

11- ¿Cree usted que los licenciados en Administración Turística de la Universidad Anáhuac cuentan con la eficacia necesaria para cubrir las necesidades de su empresa?

_____ Sí _____ No ¿Por qué? _____

12- ¿Qué aceptación tienen los egresados de la licenciatura en Administración Turística por parte de las personas que laboran a nivel ejecutivo actualmente en su empresa?

_____ Buena _____ Muy Buena _____ Regular _____ Mala _____ Muy Mala

13- ¿Qué posibilidades de desarrollo tiene el egresado de Administración Turística de la Universidad Anáhuac dentro de su empresa?

_____ Muy Bajas _____ Bajas _____ Medianas _____ Altas _____ Muy Altas

14- ¿Qué opinión tiene usted sobre la licenciatura en Administración Turística?

Otros comentarios

ANEXO 2

CRUZAMIENTOS EN EL PROGRAMA DE MINITAB

Tabulated Statistics

Control: PREG 6 = 1
Row: SEXO Column: PREG 5

	2	3	4	5	All
1	3	5	3	1	12
	25.00	41.67	25.00	8.33	100.00
	33.33	62.50	30.00	100.00	42.86
	10.71	17.86	10.71	3.57	42.86
2	6	3	7	0	16
	37.50	18.75	43.75	--	100.00
	66.67	37.50	70.00	--	57.14
	21.43	10.71	25.00	--	57.14
All	9	8	10	1	28
	32.14	28.57	35.71	3.57	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	32.14	28.57	35.71	3.57	100.00

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (SEXO-5-6)RELACION (SEXO-5)

SEXO
MASCULINO-1
FEMENINO-2

PREGUNTA 5

¿Que piensas del plan de estudios actual en relación a tu formación profesional?

OPTIMO - 1
BUENO - 2
ADECUADO - 3
DEFICIENTE - 4
MALO - 5

PREGUNTA 6

¿Te sientes capacitado para la resolución profesional de problemas?

SI-1
NO-2

Control: PREG 6 = 2
Row: SEXO Column: PREG 5

	2	3	4	5	All
1	0	0	2	0	2
	--	--	100.00	--	100.00
	--	--	11.11	--	7.14
	--	--	7.14	--	7.14
2	2	7	16	1	26
	7.69	26.92	61.54	3.85	100.00
	100.00	100.00	88.89	100.00	92.86
	7.14	25.00	57.14	3.57	92.86
All	2	7	18	1	28
	7.14	25.00	64.29	3.57	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	7.14	25.00	64.29	3.57	100.00

Tabulated Statistics

Row: SEXO Column: PREG 5

	2	3	4	5	All
1	3	5	5	1	14
	21.43	35.71	35.71	7.14	100.00
	27.27	33.33	17.86	50.00	25.00
	5.36	8.93	8.93	1.79	25.00
2	8	10	23	1	42
	19.05	23.81	54.76	2.38	100.00
	72.73	66.67	82.14	50.00	75.00
	14.29	17.86	41.07	1.79	75.00
All	11	15	28	2	56
	19.64	26.79	50.00	3.57	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	19.64	26.79	50.00	3.57	100.00

Tabulated Statistics

Rows: SEXO	Columna: PREG 6		
	1	2	All
1	12	2	14
	85.71	14.29	100.00
	42.86	7.14	25.00
	21.43	3.57	25.00
2	16	26	42
	38.10	61.90	100.00
	57.14	92.86	75.00
	28.57	46.43	75.00
All	28	28	56
	50.00	50.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	50.00	50.00	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (SEXO-6)**KURT. PREG 5**

PREGUNTA 5

¿Qué piensas del actual plan de estudios en relación a tu formación profesional?

OPTIMO - 1
BUENO - 2
ADECUADO - 3
DEFICIENTE - 4
MALO - 5

Descriptive Statistics

Variable	N	Mean	Median	Tr Mean	StDev	SE Mean
PREG 5	56	3.375	4.000	3.380	0.843	0.113
Variable	Min	Max	Q1	Q3		
PREG 5	2.000	5.000	3.000	4.000		

Anexo 1

Tabulated Statistics

Control: PREG 8 = 1
 Rows: PREG 5 Columns: PREG 15

	1	2	All
2	6	1	7
	85.71	14.29	100.00
	26.09	5.56	17.07
	14.63	2.44	17.07
3	9	4	13
	69.23	30.77	100.00
	39.13	22.22	31.71
	21.95	9.76	31.71
4	8	12	20
	40.00	60.00	100.00
	34.78	66.67	48.78
	19.51	29.27	48.78
5	0	1	1
	--	100.00	100.00
	--	5.56	2.44
	--	2.44	2.44
All	23	18	41
	56.10	43.90	100.00
	100.00	100.00	100.00
	56.10	43.90	100.00

Control: PREG 8 = 2
 Rows: PREG 5 Columns: PREG 15

	1	2	All
2	3	1	4
	75.00	25.00	100.00
	100.00	11.11	33.33
	25.00	8.33	33.33
3	0	2	2
	--	100.00	100.00
	--	22.22	16.67
	--	16.67	16.67
4	0	5	5
	--	100.00	100.00
	--	55.56	41.67
	--	41.67	41.67
5	0	1	1
	--	100.00	100.00
	--	11.11	8.33
	--	8.33	8.33
All	3	9	12
	25.00	75.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	25.00	75.00	100.00

CUESTIONARIO ALUMNOS

REACCION (5-15-8)

PREGUNTA 5

¿Qué piensas del plan de estudios actual en relación a tu formación profesional?

- OPTIMO - 1
 BUENO - 2
 ADECUADO - 3
 DEFICIENTE - 4
 MALO - 5

PREGUNTA 15

¿Consideras que la formación recibida en la licenciatura te está capacitando para el desempeño de estas actividades profesionales? (las propias de un Administrador Turístico)

- SÍ-1
 NO-2

PREGUNTA 8

¿Consideras que hay materias dentro del plan de estudios que te den una formación para la resolución profesional de problemas?

- SÍ-1
 NO-2

Tabulated Statistics

Row:	PREG 5		Column:	PREG 8	
	1	2	All		
2	7	4	11		
	63.64	36.36	100.00		
	16.28	33.33	20.00		
	12.73	7.27	20.00		
3	13	2	15		
	86.67	13.33	100.00		
	30.23	16.67	27.27		
	23.64	3.64	27.27		
4	22	5	27		
	81.48	18.52	100.00		
	51.16	41.67	49.09		
	40.00	9.09	49.09		
5	1	1	2		
	50.00	50.00	100.00		
	2.33	8.33	3.64		
	1.82	1.82	3.64		
All	43	12	55		
	78.18	21.82	100.00		
	100.00	100.00	100.00		
	78.18	21.82	100.00		

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (5:8)

RELACION (5:15)

Tabulated Statistics

Row:	PREG 5		Column:	PREG 15	
	1	2	All		
2	9	2	11		
	81.82	18.18	100.00		
	33.33	7.41	20.37		
	16.67	3.70	20.37		
3	9	6	15		
	60.00	40.00	100.00		
	33.33	22.22	27.78		
	16.67	11.11	27.78		
4	9	17	26		
	34.62	65.38	100.00		
	33.33	62.96	48.15		
	16.67	31.48	48.15		
5	0	2	2		
	--	100.00	100.00		
	--	7.41	3.70		
	--	3.70	3.70		
All	27	27	54		
	50.00	50.00	100.00		
	100.00	100.00	100.00		
	50.00	50.00	100.00		

Anexo

Tabulated Statistics

Rows: PREG 8 Column: PREG 15

	1	2	All
1	23	18	41
	56.10	43.90	100.00
	88.46	66.67	77.36
	43.40	33.96	77.36
2	3	9	12
	25.00	75.00	100.00
	11.54	33.33	22.64
	5.66	16.98	22.64
All	26	27	53
	49.06	50.94	100.00
	100.00	100.00	100.00
	49.06	50.94	100.00

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (8-15)

KERT PREG 10

PREGUNTA 10

¿Qué porcentaje de la planta de maestros consideras que tiene una formación profesional adecuada?

1-20% - 1
 21-40% - 2
 41-60% - 3
 61-80% - 4
 81-100% - 5

Descriptive Statistics

Variable	N	Mean	Median	Tr Mean	StDev	SE Mean
PREG 10	56	3.589	1.000	3.620	0.968	0.129
Variable	Min	Max	Q1	Q3		
PREG 10	1.000	5.000	3.000	4.000		

Tabulated Statistics

Control: PREG 12 = 1						
Rows: PREG 6	Columna: PREG 10					
	1	2	3	4	5	All
1	0	0	3	6	1	10
--	--	--	30.00	60.00	10.00	100.00
--	--	--	60.00	66.67	50.00	52.63
--	--	--	15.79	31.58	5.26	52.63
2	0	3	2	3	1	9
--	--	33.33	22.22	33.33	11.11	100.00
--	--	100.00	40.00	33.33	50.00	47.37
--	--	15.79	10.53	15.79	5.26	47.37
All	0	3	5	9	2	19
--	--	15.79	26.32	47.37	10.53	100.00
--	--	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
--	--	15.79	26.32	47.37	10.53	100.00

Control: PREG 12 = 2						
Rows: PREG 6	Columna: PREG 10					
	1	2	3	4	5	All
1	0	0	4	11	3	18
--	--	--	22.22	61.11	16.67	100.00
--	--	--	40.00	73.33	42.86	48.65
--	--	--	10.81	29.73	8.11	48.65
2	1	4	6	4	4	19
5.26	21.05	31.58	21.05	21.05	100.00	
100.00	100.00	60.00	26.67	57.14	51.35	
2.70	10.81	16.22	10.81	10.81	51.35	
All	1	4	10	15	7	37
2.70	10.81	27.03	40.54	18.92	100.00	
100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
2.70	10.81	27.03	40.54	18.92	100.00	

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (6-10-12)

PREGUNTA 6

¿Te sientes capacitado para la resolución profesional de problemas?

SÍ-1

NO-2

PREGUNTA 10

¿Qué porcentaje de la planta de maestros consideras que tiene una formación profesional adecuada?

1-20% -1

21-40% -2

41-60% -3

61-80% -4

81-100% -5

PREGUNTA 12

¿Consideras que tus maestros cuentan con una formación pedagógica adecuada?

SÍ-1

NO-2

Anexo I

Tabulated Statistics

Rows: PREG 10 Columns: PREG 12

	1	2	All
1	0	1	1
	--	100.00	100.00
	--	2.70	1.79
	--	1.79	1.79
2	3	4	7
	42.86	57.14	100.00
	15.79	10.81	12.50
	5.36	7.14	12.50
3	5	10	15
	33.33	66.67	100.00
	26.32	27.03	26.79
	8.93	17.86	26.79
4	9	15	24
	37.50	62.50	100.00
	47.37	40.54	42.86
	16.07	26.79	42.86
5	2	7	9
	22.22	77.78	100.00
	10.53	18.92	16.07
	3.57	12.50	16.07
All	19	37	56
	33.93	66.07	100.00
	100.00	100.00	100.00
	33.93	66.07	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION 6-10

RELACION 10-12

Tabulated Statistics

Rows: PREG 6 Columns: PREG 10

	1	2	3	4	5	All
1	0	0	7	17	4	28
	--	--	25.00	60.71	14.29	100.00
	--	--	46.67	70.83	44.44	50.00
	--	--	12.50	30.36	7.14	50.00
2	1	7	8	7	5	28
	3.57	25.00	28.57	25.00	17.86	100.00
	100.00	100.00	53.33	29.17	55.56	50.00
	1.79	12.50	14.29	12.50	8.93	50.00
All	1	7	15	24	9	56
	1.79	12.50	26.79	42.86	16.07	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	1.79	12.50	26.79	42.86	16.07	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

CUESTIONARIO ALUMNOS

RELACION (6-12)

Tabulated Statistics

Rows: PREG 6 Columns: PREG 12

	1	2	All
1	10	18	28
	35.71	64.29	100.00
	52.63	48.65	50.00
	17.86	32.14	50.00
2	9	19	28
	32.14	67.86	100.00
	47.37	51.35	50.00
	16.07	33.93	50.00
All	19	37	56
	33.93	66.07	100.00
	100.00	100.00	100.00
	33.93	66.07	100.00

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

Tabulated Statistics

Control: PREG 8 = 1
 Rows: PREG 1 Columna: PREG 2

	1	2	All
1	3	3	6
	50.00	50.00	100.00
	17.65	8.57	11.54
	5.77	5.77	11.54
2	6	5	11
	54.55	45.45	100.00
	35.29	14.29	21.15
	11.54	9.62	21.15
3	2	11	13
	15.38	84.62	100.00
	11.76	31.43	25.00
	3.85	21.15	25.00
4	2	6	8
	25.00	75.00	100.00
	11.76	17.14	15.38
	3.85	11.54	15.38
5	4	10	14
	28.57	71.43	100.00
	23.53	28.57	26.92
	7.69	19.23	26.92
All	17	35	52
	32.69	67.31	100.00
	100.00	100.00	100.00
	32.69	67.31	100.00

Control: PREG 8 = 2
 Rows: PREG 1 Columna: PREG 2

	1	2	All
1	1	1	2
	50.00	50.00	100.00
	50.00	6.25	11.11
	5.56	5.56	11.11
2	0	0	0
	--	--	--
	--	--	--
	--	--	--
3	1	8	9
	11.11	88.89	100.00
	50.00	50.00	50.00
	5.56	44.44	50.00
4	0	1	1
	--	100.00	100.00
	--	6.25	5.56
	--	5.56	5.56
5	0	6	6
	--	100.00	100.00
	--	37.50	33.33
	--	33.33	33.33
All	2	16	18
	11.11	88.89	100.00
	100.00	100.00	100.00
	11.11	88.89	100.00

Anexo 1

CUESTIONARIO EGRESADOS

RELACION (1-2-3)

PREGUNTA 1

¿Por qué escogiste la licenciatura de Administración Turfística en la Universidad Andhuac y no en otra Universidad?

- A) POR INFLUENCIA FAMILIAR - 1
- B) POR EL BUEN NIVEL ACADEMICO - 2
- C) PORQUE UN ADMINISTRADOR TURÍSTICO DE LA ANÁHUAC TIENE MAS PRESTIGIO - 3
- D) PORQUE UNA DMINISTRADOR TURISTICO DE LA ANÁHUAC TIENE MAS CAMPO DE TRABAJO - 4
- E) OTROS - 5

PREGUNTA 2

¿Consideras que en conjunto las materias del plan de estudios fueron suficientes para darte una formación básica completa como Administrador Turfístico?

- SÍ - 1
- NO - 2

PREGUNTA 3

¿Estás trabajando actualmente?

- SÍ - 1
- NO - 2

Tabulated Statistics

Row: PREG 2		Column: PREG 8		
	1	2	All	
1	17	2	19	
	89.47	10.53	100.00	
	32.69	11.11	27.14	
	24.29	2.86	27.14	
2	35	16	51	
	68.63	31.37	100.00	
	67.31	88.89	72.86	
	50.00	22.86	72.86	
All	52	18	70	
	74.29	25.71	100.00	
	100.00	100.00	100.00	
	74.29	25.71	100.00	

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

CUESTIONARIO EGRESADOS

RELACION (2-8)

RELACION (21-24)

PREGUNTA 21

¿Consideras que la escuela de Administración Turística de la Universidad Anáhuac te ha preparado con todos los requisitos que requiere un Administrador Turístico para desempeñarse en el mercado de trabajo?

Sí - 1

NO - 2

PREGUNTA 24

¿Consideras que existió congruencia entre lo que la Escuela de Administración Turística te ofreció al ingresar y lo que obtuviste al final de la licenciatura?

Sí - 1

NO - 2

Tabulated Statistics

Row: PREG 21		Column: PREG 24		
	1	2	All	
1	22	2	24	
	91.67	8.33	100.00	
	53.66	9.09	38.10	
	34.92	3.17	38.10	
2	19	20	39	
	48.72	51.28	100.00	
	46.34	90.91	61.90	
	30.16	31.75	61.90	
All	41	22	63	
	65.08	34.92	100.00	
	100.00	100.00	100.00	
	65.08	34.92	100.00	

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

Tabulated Statistics

Anexo I

Row: PREG 18 Column: PREG 19

	1	2	All
1	7	3	10
	70.00	30.00	100.00
	30.43	10.00	18.87
	13.21	5.66	18.87
2	13	19	32
	40.62	59.37	100.00
	56.52	63.33	60.38
	24.53	35.85	60.38
3	3	8	11
	27.27	72.73	100.00
	13.04	26.67	20.75
	5.66	15.09	20.75
All	23	30	53
	43.40	56.60	100.00
	100.00	100.00	100.00
	43.40	56.60	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

Tabulated Statistics

Row: PREG 17 Column: PREG 19

	1	2	All
1	6	9	15
	40.00	60.00	100.00
	27.27	33.33	30.61
	12.24	18.37	30.61
2	10	5	15
	66.67	33.33	100.00
	45.45	18.52	30.61
	20.41	10.20	30.61
5	0	1	1
	--	100.00	100.00
	--	3.70	2.04
	--	2.04	2.04
6	1	9	10
	10.00	90.00	100.00
	4.55	33.33	20.41
	2.04	18.37	20.41
7	5	3	8
	62.50	37.50	100.00
	22.73	11.11	16.33
	10.20	6.12	16.33
All	22	27	49
	44.90	55.10	100.00
	100.00	100.00	100.00
	44.90	55.10	100.00

CUESTIONARIO EGRESADOS

RELACION (18-19)

RELACION (17-19)

PREGUNTA 17

¿Qué dificultades tuviste para obtener tu trabajo actual?

PREGUNTA 17

- A) NO TUVE DIFICULTADES - 1
 B) EL CAMPO DE TRABAJO ERA LIMITADO-2
 C) ME EXIGIAN MAYORES REQUISITOS EDUCATIVOS - 3
 D) ME EXIGIAN ESTAR TITULADO - 4
 E) LA REMUNERACION ERA BAJA - 5
 F) NO TUVE DIFICULTADES PORQUE TENÍA ASEGURADO UN PUESTO DE TRABAJO AL FINALIZAR MIS ESTUDIOS - 6
 G) ME EXIGÍAN EXPERIENCIA - 7

PREGUNTA 18

¿Qué tipo de puesto dentro de la jerarquía ocupacional obtuviste inmediatamente después de finalizar tus estudios?

- A) AREA TECNICA, PROGRAMADOR, OPERADOR - 1
 B) TRABAJO ADMINISTRATIVO, DE SUPERVISION Y CONTROL - 2
 C) DIRECCIÓN, CONCEPCIÓN Y GESTIÓN - 3

PREGUNTA 19

¿Para realizar tu primer trabajo como Administrador Turístico, ¿fue necesario tomar algún curso extra o requeriste de conocimientos que no te dieron en tu formación dentro de la Universidad?

- SÍ - 1
 NO - 2

Tabulated Statistics

CUESTIONARIO EGRESADOS

Control: PREG 18 = 1

Row: PREG 19 Column: PREG 16

	1	2	5	6	7	All
1	2	3	0	1	1	7
	28.57	42.86	--	14.29	14.29	100.00
	66.67	100.00	--	100.00	33.33	70.00
	20.00	30.00	--	10.00	10.00	70.00
2	1	0	0	0	2	3
	33.33	--	--	--	66.67	100.00
	33.33	--	--	--	66.67	30.00
	10.00	--	--	--	20.00	30.00
All	3	3	0	1	3	10
	30.00	30.00	--	10.00	30.00	100.00
	100.00	100.00	--	100.00	100.00	100.00
	30.00	30.00	--	10.00	30.00	100.00

Control: PREG 18 = 2

Row: PREG 19 Column: PREG 16

	1	2	5	6	7	All
1	4	0	3	0	6	13
	30.77	--	23.08	--	46.15	100.00
	36.36	--	75.00	--	54.55	40.62
	12.50	--	9.37	--	18.75	40.62
2	7	1	1	5	5	19
	36.84	5.26	5.26	26.32	26.32	100.00
	63.64	100.00	25.00	100.00	45.45	59.37
	21.87	3.12	3.12	15.62	15.62	59.37
All	11	1	4	5	11	32
	34.37	3.12	12.50	15.62	34.37	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	34.37	3.12	12.50	15.62	34.37	100.00

Control: PREG 18 = 3

Row: PREG 19 Column: PREG 16

	1	2	5	6	7	All
1	3	0	0	0	0	3
	100.00	--	--	--	--	100.00
	60.00	--	--	--	--	27.27
	27.27	--	--	--	--	27.27
2	2	1	1	3	1	8
	25.00	12.50	12.50	37.50	12.50	100.00
	40.00	100.00	100.00	100.00	100.00	72.73
	18.18	9.09	9.09	27.27	9.09	72.73
All	5	1	1	3	1	11
	45.45	9.09	9.09	27.27	9.09	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	45.45	9.09	9.09	27.27	9.09	100.00

RELACION (16-18-19)

PREGUNTA 16

Consideras que las dificultades para conseguir tu primer trabajo fueron

- A) NO TUVE DIFICULTADES - 1
 B) EL CAMPO DE TRABAJO ERA LIMITADO - 2
 C) ME EXIGIAN MAYORES REQUISITOS EDUCATIVOS - 3
 D) ME EXIGIAN ESTAR TITULADO - 4
 E) LA REMUNERACION ERA BAJA - 5
 F) NO TUVE DIFICULTADES PORQUE TENIA ASEGURADO UN PUESTO DE TRABAJO AL FINALIZAR MIS ESTUDIOS - 6
 G) ME EXIGIAN EXPERIENCIA - 7

Tabulated Statistics

Anexo I

Rows: PREG 8 Columns: PREG 11

	1	2	All
1	35	16	51
	68.63	31.37	100.00
	97.22	88.89	94.44
	64.81	29.63	94.44
2	1	2	3
	33.33	66.67	100.00
	2.78	11.11	5.56
	1.85	3.70	5.56
All	36	18	54
	66.67	33.33	100.00
	100.00	100.00	100.00
	66.67	33.33	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

Tabulated Statistics

Rows: PREG 11 Columns: PREG 14

	1	2	All
1	23	1	24
	95.83	4.17	100.00
	65.71	14.29	57.14
	54.76	2.38	57.14
2	12	6	18
	66.67	33.33	100.00
	34.29	95.71	42.86
	28.57	14.29	42.86
All	35	7	42
	83.33	16.67	100.00
	100.00	100.00	100.00
	83.33	16.67	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

CUESTIONARIO EGRESADOS

RELACION (8-11)

RELACION (11-14)

PREGUNTA 8

¿Estás trabajando actualmente?

SÍ - 1

NO - 2

PREGUNTA 11

¿Trabajas dentro del sector turismo?

SÍ - 1

NO - 2

PREGUNTA 14

¿Te interesaría trabajar dentro del sector turismo?

SÍ - 1

NO - 2

Tabulated Statistics

Control: PREG 8 = 1
 Rows: PREG 4 Columna: PREG 6

	1	2	All
1	6	1	7
	85.71	14.29	100.00
	60.00	33.33	53.85
	46.15	7.69	53.85
2	4	2	6
	66.67	33.33	100.00
	40.00	66.67	46.15
	30.77	15.38	46.15
All	10	3	13
	76.92	23.08	100.00
	100.00	100.00	100.00
	76.92	23.08	100.00

Control: PREG 8 = 2
 Rows: PREG 4 Columna: PREG 6

	1	2	All
1	2	0	2
	100.00	--	100.00
	16.67	--	15.38
	15.38	--	15.38
2	10	1	11
	90.91	9.09	100.00
	83.33	100.00	84.62
	76.92	7.69	84.62
All	12	1	13
	92.31	7.69	100.00
	100.00	100.00	100.00
	92.31	7.69	100.00

Tabulated Statistics

Rows: PREG 4 Columna: PREG 6

	1	2	All
1	8	2	10
	80.00	20.00	100.00
	36.36	33.33	35.71
	28.57	7.14	35.71
2	14	4	18
	77.78	22.22	100.00
	63.64	66.67	64.29
	50.00	14.29	64.29
All	22	6	28
	78.57	21.43	100.00
	100.00	100.00	100.00
	78.57	21.43	100.00

CUESTIONARIO PROFESORES

RELACION (4-6-8)

RELACION (4-6)

PREGUNTA 4

¿Considera que el programa que la Universidad le proporciona para dar su materia es completo y actualizado?

Sí-1

NO-2

PREGUNTA 6

¿Conoce completamente el programa de estudios que cursan los alumnos de la licenciatura en Administración Turística de la Universidad Andhuac?

Sí-1

NO-2

PREGUNTA 8

¿Considera que el programa de estudios capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral?

Sí-1

NO-2

Anexo 1

Tabulated Statistics

Rows: PREG 4 Columns: PREG 8

	1	2	All
1	7	2	9
	77.78	22.22	100.00
	53.85	15.38	34.62
	26.92	7.69	34.62
2	6	11	17
	35.29	64.71	100.00
	46.15	84.62	65.38
	23.08	42.31	65.38
All	13	13	26
	50.00	50.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	50.00	50.00	100.00

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

CUESTIONARIO PROFESORES

RELACION (4-8)

RELACION (6-8)

Tabulated Statistics

Rows: PREG 6 Columns: PREG 8

	1	2	All
1	10	12	22
	45.45	54.55	100.00
	76.92	92.31	84.62
	38.46	46.15	84.62
2	3	1	4
	75.00	25.00	100.00
	23.08	7.69	15.38
	11.54	3.85	15.38
All	13	13	26
	50.00	50.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	50.00	50.00	100.00

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

CUESTIONARIO PROFESORES

RELACION 2.8**PREGUNTA 2**

Además de impartir clases dentro de la Universidad, ¿tiene usted otro trabajo?

SÍ-1

NO-2

PREGUNTA 8

¿Considera que el programa de estudios capacita a los alumnos a enfrentar las demandas del mercado laboral?

SÍ-1

NO-2

Tabulated Statistics

Rows: PREG 2	Columnne: PREG 8		
	1	2	All
1	9	10	19
	47.37	52.63	100.00
	69.23	76.92	73.08
	34.62	38.46	73.08
2	4	3	7
	57.14	42.86	100.00
	30.77	23.08	26.92
	15.38	11.54	26.92
All	13	13	26
	50.00	50.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	50.00	50.00	100.00

Cell Contents --

Count
 % of Row
 % of Col
 % of Tbl

Tabulated Statistics

Control: PREG 13 = 3
 Rows: PREG 11 Columns: PREG 12

	1	2	All
1	2	0	2
	100.00	--	100.00
	100.00	--	100.00
	100.00	--	100.00

Control: PREG 13 = 4
 Rows: PREG 11 Columns: PREG 12

	1	2	All
1	3	2	5
	60.00	40.00	100.00
	100.00	100.00	100.00
	60.00	40.00	100.00

Tabulated Statistics

Rows: PREG 12 Columns: PREG 11

	1	All
1	5	5
	100.00	100.00
	71.43	71.43
	71.43	71.43
2	2	2
	100.00	100.00
	28.57	28.57
	28.57	28.57
All	7	7
	100.00	100.00
	100.00	100.00
	100.00	100.00

Tabulated Statistics

Rows: PREG 11 Columns: PREG 13

	3	4	All
1	2	5	7
	28.57	71.43	100.00
	100.00	100.00	100.00
	28.57	71.43	100.00
All	2	5	7
	28.57	71.43	100.00
	100.00	100.00	100.00
	28.57	71.43	100.00

CUESTIONARIO EMPRESAS

RELACION (11-12-13)

RELACION (11-12)

RELACION (11-13)

PREGUNTA 11

¿Cree usted que los Licenciados en Administración Turística de la Universidad Anáhuac son aptos para ocupar un puesto ejecutivo en su empresa?

SÍ-1

NO-2

PREGUNTA 12

¿Qué aceptación tienen los egresados de la licenciatura en Administración Turística por parte de las personas que laboran a nivel ejecutivo actualmente en su empresa?

MUY BUENA - 1

BUENA - 2

REGULAR - 3

MALA - 4

MUY MALA - 5

PREGUNTA 13

¿Qué posibilidades de desarrollo tiene el egresado de Administración Turística de la Universidad Anáhuac dentro de su empresa?

MUY BAJAS - 1

BAJAS - 2

MEDIANAS - 3

ALTAS - 4

MUY ALTAS - 5

Tabulated Statistics

Anexo 1

Rows: PREG 12 Column: PREG 13

	3	4	All
1	2	3	5
	40.00	60.00	100.00
	100.00	60.00	71.43
	28.57	42.86	71.43
2	0	2	2
	--	100.00	100.00
	--	40.00	28.57
	--	28.57	28.57
All	2	5	7
	28.57	71.43	100.00
	100.00	100.00	100.00
	28.57	71.43	100.00

Cell Contents --

Count
% of Row
% of Col
% of Tbl

CUESTIONARIO EMPRESAS

RELACION (12-13)

LIKERT PREGUNTA 12

LIKERT PREGUNTA 13

Descriptive Statistics

Variable	N	Mean	Median	Tr Mean	StDev	SE Mean
PREG 12	7	1.286	1.000	1.286	0.488	0.184
Variable	Min	Max	Q1	Q3		
PREG 12	1.000	2.000	1.000	2.000		

Descriptive Statistics

Variable	N	Mean	Median	Tr Mean	StDev	SE Mean
PREG 13	7	3.714	4.000	3.714	0.488	0.184
Variable	Min	Max	Q1	Q3		
PREG 13	3.000	4.000	3.000	4.000		

ANEXO 3

PLANES DE ESTUDIOS DE ESCUELAS
SELECCIONADAS

ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
(ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS)

PRIMER SEMESTRE

- Matemáticas I
- Informática I
- Operación de Restaurantes I
- Empresas de viajes
- Contabilidad Intermedia
- Historia de la Cultura
- Teoría del Turismo y la Recreación
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

QUINTO SEMESTRE

- Investigación de Operaciones
- Macroeconomía
- Comportamiento Organizacional II
- Transporte aéreo II
- Administración Financiera
- Fundamentos de Derecho
- Turismo y Medio ambiente
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

SEGUNDO SEMESTRE

- Matemáticas II
- Informática II
- Operación de Restaurantes II
- Transporte Terrestre
- Contabilidad Aplicada
- Geografía Turística Universal
- Turismo y sector social
- Operación de bares, preparación de bebidas
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

SEXTO SEMESTRE

- Mercadotecnia I
- Desarrollo Regional
- Análisis y control de alimentos y bebidas I
- Congresos y Convenciones
- Administración de Recursos Humanos
- Derecho Mercantil
- Planificación del espacio turístico
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

TERCER SEMESTRE

- Estadística I
- Economía
- Tecnología del Hospedaje I
- Transporte Acuático
- Finanzas I
- Geografía Turística de México
- Administración
- Mesoamérica
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

SÉPTIMO SEMESTRE

- Mercadotecnia II
- Problemas económicos de México
- Análisis y control de Alimentos y bebidas
- Seminario de Investigación I
- Derecho Laboral
- Identificación, formulación y evaluación de proyectos I
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

CUARTO SEMESTRE

- Estadística II
- Microeconomía
- Tecnología del Hospedaje II
- Transporte Aéreo
- Finanzas II
- Antropología social
- Teoría de la Planeación
- Comportamiento Organizacional I
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

OCTAVO SEMESTRE

- Mercadotecnia III
- Comercio Internacional
- Administración de operaciones hotelera
- Administración estratégica
- Seminario de Investigación II
- Derecho turístico
- Identificación, formulación y evaluación de proyectos II
- Idiomas: Inglés o Francés, cocurriculares

UNIVERSIDAD PANAMERICANA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE INSTITUCIONES (ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS)	
PRIMER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a la Administración • Matemáticas Básicas • Informática I • Introducción a los Servicios • Formación Humanística I • Química Aplicada y Laboratorio • Conocimiento de Materiales 	QUINTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Personal II • Presupuestos y Sistemas de Control • Taller de Administración de Instituciones de Servicios I • Mercadotecnia I • Derecho II • Nutrición • Ética I • Física
SEGUNDO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Proceso Administrativo I • Contabilidad I • Economía • Matemáticas Financieras I • Informática II • Formación Humanística II • Química de Alimentos Laboratorio • Técnicas Culinarias I 	SEXTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Personal III • Administración de Compras y Abastecimientos • Taller de Administración de Instituciones de Servicios II • Mercadotecnia II • Derecho III • Conservación de Alimentos y Laboratorio • Ética II • Finanzas
TERCER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Proceso Administrativo II • Contabilidad II • Administración de Instituciones de Servicios I • Matemáticas Financieras II • Informática III • Microbiología e Higiene y Laboratorio • Química de Textiles 	SÉPTIMO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Análisis y diseño de procesos administrativos • Auditoría Administrativa • Taller de Administración de Instituciones de Servicios III • Mercadotecnia III • Derecho IV • Métodos de Investigación • Diseño de Proyectos de Construcción • Instalación y Equipo I
CUARTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Personal I • Contabilidad de Costos • Administración de Instituciones de Servicios II • Probabilidad y Estadística Descriptiva • Derecho I • Arte Culinario 	OCTAVO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Administración Internacional • Seminario de Dirección • Formulación y Evaluación de Proyectos Administrativos

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA (ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS)	
PRIMER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Modelos Matemáticos • Taller de Computación • Empresa • Proceso Administrativo • Misión Empresarial • Introducción General al Entorno • Metodología I 	SEXTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Administración de la Producción • Liderazgo • Mercadotecnia • Entrenamiento de Campo II • México en el contexto Internacional • Integración II • Integración III
SEGUNDO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de Matemáticas Financieras • Contabilidad I • Planeación y Control • Turismo • Economía General • Marco Legal I • Metodología II 	SÉPTIMO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía II • Taller de Turismo y desarrollo sustentable • Estrategias de Mercadotecnia Hotelera • Administración de Operaciones Hoteleras • Integración IV • Taller de Etica en los Negocios • Integración V
TERCER SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Estadística • Introducción a las Finanzas • Microeconomía I • Administración de Costos • Laboratorio de Alimentos y Bebidas • Entrenamiento de Campo I • Hotelería I 	OCTAVO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Taller de Teleología de la Hotelería • Seminario de Dirección Estratégica Hotelera • Subs. Optativa Hotelera • Seminario de Proy. Opc. Terminal • Servicio Social • Subsistema I, II o III Materia 1 • Subsistema I, II o III Materia 2
CUARTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Teoría y Sistemas Organizacionales • Logística Administrativa • Financiamiento para operaciones de la empresa • Alimentos y Bebidas • Marco Legal II • Integración I 	NOVENO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Entrenamiento de campo III • Subsistema Opativa Hotelera • Seminario de Titulación • Integración VI • Subsistema I, II o III Materia 3 • Subsistema I, II o III Materia 4
QUINTO SEMESTRE <ul style="list-style-type: none"> • Modelos Matemáticos II • Dirección del Factor Humano • Gastronomía I • Marco Legal Hotelero • Hotelería II • Análisis Modelo Socio Económico de México • Metodología III 	

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE MÉXICO
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
(ACTUAL PLAN DE ESTUDIOS)

<p>PRIMER CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad Básica • Álgebra General • Derecho Civil • Fundamentos de Economía • Métodos de Estudio • Computación I 	<p>SEXTO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Restaurantes y Bares II • Administración de Agencias de Viajes y Transportación II • Administración Hotelera II • Economía Turística • Planeación de Recursos Humanos • Geografía y Patrimonio Turístico Internacional
<p>SEGUNDO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas Contables I • Matemáticas Financieras I • Derecho Mercantil • Teoría de la Producción • Administración I • Computación II 	<p>SÉPTIMO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad Hotelera • Planeación, Organización y Operación de Congresos y Convenciones • Administración de Compras y Almacén • Mercadotecnia Turística • Administración de Sueldos y Salarios • Paquetería de Agencias de Viajes y Transportación
<p>TERCER CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas Contables II • Matemáticas Financieras II • Derecho Constitucional y Administrativo • Macroeconomía I • Administración II • Computación III 	<p>OCTAVO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuestos • Auditoría de Operaciones • Finanzas • Investigación de Mercados Turísticos • Capacitación y Desarrollo • Paquetería de Hotelaría
<p>CUARTO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Industriales • Estadística y Probabilidad • Derecho Laboral • Macroeconomía II • Psicología Industrial • Computación IV 	<p>NOVENO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de Proyectos de Inversión • Seminario de Administración Turística • Normatividad Turística • Ventas y Relaciones Públicas • Desarrollo Organizacional • Paquetería de Restaurantes y Bares
<p>QUINTO CUATRIMESTRE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración de Restaurantes y Bares I • Administración de Agencias de Viajes y Transportación I • Administración Hotelera I • Introducción al Estudio del Turismo • Introducción a la Administración de Recursos Humanos • Geografía y Patrimonio Turístico Nacional 	