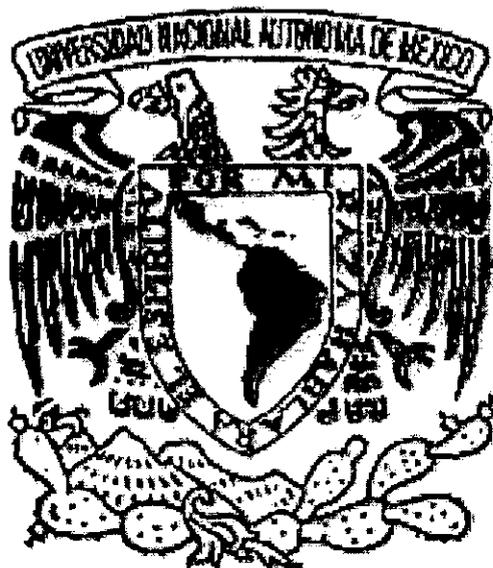


UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



INSTRUMENTACIÓN DE UNA CARRERA TURÍSTICA

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA

CARLOS MARIO AMAYA MOLINAR

ASESOR: DR. ALFREDO ANDRADE CARREÑO

MÉXICO, D.F., 2001

290511



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

INSTRUMENTACIÓN DE UNA CARRERA TURÍSTICA

TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA

CARLOS MARIO AMAYA MOLINAR

ASESOR: DR. ALFREDO ANDRADE CARREÑO

MÉXICO, D.F., 2001

RECONOCIMIENTO

Parte importante de las tareas más pesadas de este trabajo fueron realizadas por Azucena Campos Martínez, Vanessa Rocío García Chávez y Georgina Enriqueta Dávalos Gómez, alumnas de la Escuela de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Colima, quienes colaboraron en la aplicación de encuestas y en la captura de información como parte de las actividades de su servicio social.

DEDICATORIA

Con toda sencillez, dedico este humilde documento a mis padres, quienes jamás me han negado su cariño, su apoyo y su comprensión; a mi esposa, quien a través de su amor le ha dado forma y cohesión a la familia Amaya Meillon; a mis hijos, quienes le han dado significado a mi vida y se han convertido en la razón de mi existir; a mis hermanos, quienes a pesar de las diferencias, la distancia y el tiempo que a veces se interpone entre nosotros, siempre están en el momento adecuado; a mis maestros, a pesar de que entre los más importantes se encuentran varios que no son del medio académico

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1.- LA PLANEACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR.....	3
1.1.- El contexto socioeconómico de México a fines del siglo XX: neoliberalismo, globalización y transición a la democracia.....	3
1.2.- Educación y sociedad.....	4
1.3.- La educación superior en México.....	8
1.4.- La educación para el turismo.....	10
1.5.- La teoría sobre diseño curricular.....	11
1.6.- Políticas oficiales en materia de educación superior.....	15
1.6.1.- Programa de Desarrollo Educativo 1995 – 2000.....	15
1.6.2.- Objetivo General del Programa del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995 - 2000 en materia de educación, capacitación y cultura turística.....	17
2.- IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN PARA EL TURISMO.....	21
2.1.- Antecedentes históricos del turismo.....	21
2.2.- Definición de turismo.....	22
2.3.- El impacto de la actividad turística.....	23
2.4.- Diagnóstico oficial del sector turismo en México.....	28
2.5.- Indicadores turísticos	33
2.5.1.- Indicadores mundiales.....	33
2.5.2.- Datos sobre el turismo en México.....	34
2.6.- Políticas oficiales en materia de turismo.....	38
2.6.1.- Plan Nacional de Desarrollo 1995 – 2000.....	38
2.6.2.- Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995 – 2000.....	38
2.7.- Análisis económico y laboral del Sector Turismo en México.....	40
3.- EL ESTADO DE COLIMA: ANTECEDENTES, EDUCACIÓN Y ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	43
3.1.- Características geográficas.....	43
3.2.- Desarrollo histórico del Estado de Colima.....	44
3.3.- Población.....	55
3.4.- Actividad económica.....	57
3.5.- Política turística estatal.....	58
3.6.- Plan Estatal de Desarrollo 1998 - 2003 Gobierno del Estado de Colima.....	66
3.7.- Primer Informe de Gobierno 1998, Gobierno del Estado de Colima.....	67
3.8.- Información Básica Turística del Estado de Colima 1992 – 1997.....	68

4.- LA PLANEACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA UNIVERSIDAD DE COLIMA.....	77
4.1.- La Universidad de Colima.....	77
4.2.- La Escuela de Lenguas Extranjeras.....	77
4.3.- Programa Institucional de Desarrollo 1998 – 2001, Universidad de Colima.....	78
4.4.- Lineamientos de la Universidad de Colima para el diseño curricular.....	80
4.5.- Lineamientos mínimos para la elaboración y reestructuración de planes de estudio.....	88
5.- LA INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO CURRICULAR.....	90
5.1.- Estadísticas de Educación Superior en el Estado de Colima.....	90
5.2.- Análisis de planes de estudios.....	94
5.3.- La demanda estudiantil para la carrera.....	96
5.4.- Investigación del mercado laboral.....	105
5.4.1.- Preparación y realización del trabajo de campo.....	105
5.4.2.- Resultados de la encuesta.....	107
5.5.- La opinión de los egresados de carreras turísticas.....	126
5.5.1.- Antecedentes.....	126
5.5.2.- Resultados de la encuesta.....	131
5.6.- Recursos de la Escuela de Lenguas Extranjeras.....	136
5.6.1.- Recursos humanos.....	136
5.6.2.- Recursos materiales.....	138
5.6.3.- Recursos financieros.....	139
5.7.- Integrantes del Comité Curricular.....	140
6.- EL PLAN DE ESTUDIOS.....	141
6.1.- Perfil profesional.....	141
6.2.- Estructuración del plan de estudios.....	143
6.3.- Evaluación continua.....	148
6.4.- Modificaciones efectuadas en las propuestas de plan de estudios.....	149
CONCLUSIONES.....	151
BIBLIOGRAFÍA.....	157
ANEXOS.....	161
Anexo A: Cuestionarios utilizados.....	162
Anexo B: Personas que respondieron la encuesta.....	172
Anexo C: Integrantes del Comité Curricular.....	178
Anexo D: Listado de asignaturas por orden de selección.....	181
Anexo E: Modificaciones al mapa curricular.....	186
Anexo F: Cuadros y gráficas diversos.....	192

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se ubica dentro del ámbito de la sociología de la educación. Permite demostrar como las ideologías y valores que un grupo en el poder sostiene en un momento histórico determinado se reflejan e influyen de manera directa en la educación pública. En el caso específico que nos ocupa, las ideologías y valores son las doctrinas neoliberales y de la globalización, adoptadas actualmente por el Gobierno Federal e instrumentadas a través de las políticas oficiales para educación y turismo. En coincidencia con dichos valores e ideologías, la orientación de la educación hacia el ámbito de la productividad y del mercado de trabajo también se refleja en la teoría curricular vigente, la cual establece, en todas las propuestas estudiadas, la investigación del mercado laboral como punto de partida para el diseño de un plan de estudios para educación superior.

El ejercicio académico que aquí se presenta puede ser considerado un trabajo teórico - práctico, pues se inicia con una investigación documental, se realiza investigación de campo y, enseguida, los resultados de la investigación se convierten en un producto pedagógico que se valida por consenso y mediante la puesta en práctica.

El trabajo tiene su origen en el convenio relativo al Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) firmado entre la Secretaría de Educación Pública y la Universidad de Colima en noviembre de 1996. Dicho convenio incluye un anexo relativo a la Escuela de Lenguas Extranjeras de esa casa de estudios, fechado el 9 de junio de 1998, en el cual se establecen las metas y acciones a realizar por esta dependencia de educación superior entre los años 1999 y 2006. Entre las metas del convenio se incluye la apertura de la carreras de Técnico en Servicios Turísticos para el año de 1999 y de Licenciado en Administración de Servicios Turísticos para el año 2002, constituyendo este convenio el punto de partida oficial para la instrumentación de la carrera turística objeto de este documento.

La Escuela de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Colima tuvo a bien contratarme para desarrollar los planes de estudio de las carreras turísticas que se comprometió a desarrollar, considerando mi experiencia en actividades turísticas, ya que entre los años de 1985 y 1994 trabajé en actividades relacionadas con turismo internacional en la ciudad de Cancún, Quintana Roo. En lo personal, consideré que la realización de esta actividad de diseño curricular era una buena oportunidad para formular un documento de titulación en el campo de la sociología de la educación, que me permitiera obtener el grado académico de licenciatura, tarea que tenía pendiente.

Las actividades se iniciaron en septiembre de 1998. La investigación de campo se terminó en diciembre de ese mismo año; en abril de 1999 se aprobó el plan de estudios; en julio se publicó la convocatoria y en agosto de ese mismo año se iniciaron las clases. En

relación con la investigación, la primera actividad realizada fue reunir toda la información documental posible, haciendo acopio de metodologías para el diseño curricular, planes y programas oficiales y estadísticas de diversa índole. Con la información reunida se formuló un plan de estudios tentativo, el cual fue modificado por diversas instancias, hasta que quedó en la forma en que hoy se encuentra.

El presente documento consta de seis apartados. El primero se refiere esencialmente a la educación y su relación con la sociología. En primer lugar, se estudian las propuestas de varios autores acerca de la sociología de la educación. Enseguida, se analizan teorías y métodos sobre diseño curricular y, posteriormente, los planes y políticas oficiales del Gobierno Federal para la educación superior. Por otra parte, también se consideran los planteamientos sobre educación superior y educación para el turismo de organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

El segundo apartado estudia el fenómeno turístico, considerando sus antecedentes históricos y la importancia que reviste en la actualidad en el plano de los intercambios económicos internacionales; se analizan también las políticas oficiales en la materia, así como algunos aspectos económicos y laborales. El tercer capítulo se dedica al Estado de Colima, contemplando aspectos de su desarrollo histórico, su demografía, geografía, economía y, por otra parte, los planes y estadísticas estatales en materia de educación y turismo.

El cuarto segmento se concentra en la planeación de la educación superior en la Universidad de Colima, la cual constituye el contexto institucional en el cual se realizan las actividades que son objeto del presente documento. Se analizan sus políticas y lineamientos para el diseño curricular, llegando a la conclusión de que son coincidentes del todo con los planteamientos de los teóricos estudiados previamente, así como con los planteamientos de las dependencias federales, estatales e internacionales.

El quinto capítulo presenta las actividades específicas de investigación efectuadas para el desarrollo del plan de estudios de la carrera de Profesional Asociado en Servicios Turísticos, abarcando desde la recopilación inicial de estadísticas de educación superior en la entidad, para pasar enseguida al análisis de planes de estudios de carreras similares. En el plano de la investigación de campo, se describen los resultados obtenidos en los estudios de demanda estudiantil, de mercado laboral y de factibilidad, así como en la consulta efectuada entre profesionistas egresados de carreras similares.

En la sexta parte del documento se expone el plan de estudios aprobado, como producto final del proceso de investigación.

1.- LA PLANEACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

1.1.- El contexto socioeconómico de México a fines del siglo XX: neoliberalismo, globalización y transición a la democracia

El objeto de estudio del presente trabajo se ubica en la confluencia entre la educación superior y la actividad turística; es decir, entre el área académica y el sector productivo de la sociedad. La exposición del presente trabajo sigue un orden que va de lo general a lo particular; por ello se inicia con una reflexión sobre el contexto socioeconómico en el que se encuentra nuestro país en la actualidad y sobre las teorías que intentan explicar o justificar esta realidad.

Resulta oportuno mencionar aquí que todos los planes y propuestas oficiales e institucionales consultados presentan una clara tendencia hacia el neoliberalismo. Nos referimos aquí a los programas para educación y turismo del gobierno federal para el período 1995 – 2000, a los planes del Gobierno del Estado y de la Universidad de Colima, así como a las propuestas de organismos internacionales como la OCDE y la OMT.

El neoliberalismo se plantea como el resurgimiento de la doctrina del *laissez – faire* planteada originalmente por la escuela de los fisiócratas y la escuela de la economía clásica de Adam Smith, formuladas durante el siglo XVIII y retomada en Gran Bretaña y Estados Unidos durante la década de los ochentas por los regímenes conservadores de Thatcher y Reagan; la escuela económica se vio fortalecida por la caída del socialismo en Europa Oriental y por su introducción en América Latina a través de Chile, así como por los excesos de gigantismo cometidos por los estados benefactores.

La doctrina económica del neoliberalismo propone que son las fuerzas del mercado y de la competencia las encargadas de brindar orden a la economía, dejando que el Estado se encargue de las actividades que la iniciativa privada no está dispuesta a asumir, así como de proporcionar la estructura legal y las garantías para la operación del capital privado¹. A fines del siglo XX, el neoliberalismo se presenta en el marco de la globalización, la revolución tecnológica y la sociedad de la información.

En esta doctrina se asume que permitir a los empresarios tomar decisiones sobre inversión, producción y empleo redundará en un funcionamiento más eficiente de los mercados competitivos, fomentando el proceso de ahorro e inversión y generando un crecimiento económico que beneficiará a toda la sociedad. El neoliberalismo plantea una liberalización comercial, que implica la competitividad entre las naciones y la apertura de las fronteras y, por otra parte, una desregulación, que significa la eliminación de trabas legales a la producción y el comercio, así como la venta de empresas paraestatales al sector privado. Otro concepto fundamental para esta doctrina es el de la globalización, que conlleva la internacionalización de capitales, así como el libre tránsito de mercancías, capitales,

¹ PEARCE, David W.: *Diccionario de economía moderna del MIT*, p. 120

personas e información por todo el planeta, todo lo cual genera una marcada tendencia a homogeneizar a la sociedad mundial.²

Como resultados no deseados, el neoliberalismo y la globalización han generado una profunda reorganización estructural de las sociedades, el empobrecimiento de grandes masas de población y la agudización de profundos desequilibrios estructurales entre naciones, regiones y clases sociales: a nivel mundial, mientras más se avanza en el crecimiento económico y el desarrollo científico y tecnológico, cada vez hay más regiones y grupos sociales sumidos en la ignorancia, la enfermedad y la miseria. En la práctica, la implantación de políticas económicas noliberales ha beneficiado a los grupos sociales que cuentan con altos niveles educativos, capacidad de consumo y una oferta de bienes y servicios demandados en el mercado global.

En nuestro país, la introducción franca de la doctrinas neoliberales se inició en 1982, con el régimen del presidente Miguel de la Madrid. Dichas políticas económicas se aplicaron con mayor ímpetu durante el sexenio de Salinas de Gortari, durante el cual se instrumentaron medidas económicas como la firma del Tratado de Libre Comercio para América del Norte, la venta de empresas paraestatales a particulares y la capacidad legal a los ejidatarios para ser propietarios de sus parcelas y venderlas, en caso de desearlo.

Entre los principales resultados de la aplicación de las políticas neoliberales en nuestro país tenemos la profunda crisis económica derivada de los "errores de diciembre" de 1994, acompañada por los típicos efectos del "ciclo económico sexenal: fuga-de-capitales-devaluación-inflación-recesión-quiebras-desempleo"; seguidos por emigraciones masivas hacia los Estados Unidos y la situación de más de la mitad de la población nacional viviendo bajo niveles de pobreza, todo ello en un ambiente de quiebra política del Estado de la Revolución, corrupción, narcotráfico y levantamiento armado en el Estado de Chiapas.

Desde el punto de vista político, el contexto en el que se ubica la sociedad mexicana de fines del siglo XX se puede describir como un largo y accidentado proceso de transición a la democracia, acelerado a partir de la ciudadanización de los organismos electorales y caracterizado por la salida paulatina del Partido Revolucionario Institucional de posiciones de elección popular, como son el Ejecutivo Federal, el Congreso, las gubernaturas de las entidades federativas y los municipios, con el predominio de los tres grandes partidos políticos del país: PRI, PAN y PRD.

1.2.- Educación y sociedad

Se analizaron tres textos en materia de sociología de la educación, dos de ellos reediciones de títulos publicados en décadas anteriores y otro, muy actualizado; así, se consultaron los textos de Fernando de Azevedo y de José Manuel Villalpando, publicados por primera vez en 1981 y 1940, respectivamente. Es poco lo que éste último aporta con sus definiciones, pues

² GARRIDO, Luis: *La crítica del Neoliberalismo realmente existente*, p. 7

resultan demasiado vagas y abstractas; en lo que se refiere al propósito de la sociología de la educación, afirma:

La finalidad de la sociología de la educación es llegar a un conocimiento real de la dimensión social del hecho educativo, describiendo de la manera más amplia y verdadera posible la realidad social de la educación.³

De Azevedo, por su parte, aporta un poco más, presentando un concepto de lo que es la educación, definiéndola de la siguiente manera:

La educación, de hecho, bien sea un proceso de forma difusa o asistemático, bien se realice por medio de instituciones especiales, es siempre 'una acción ejercida por las generaciones adultas sobre las generaciones jóvenes para adaptarlas a su propia mentalidad y, por lo tanto, al medio físico y social'; o, en otras palabras, es la transmisión de las tradiciones materiales y espirituales de una generación a otra, en una sociedad determinada. Es un hecho eminentemente social cuya esencia sociológica resalta al no ser explicable sino dentro de la organización social y por ella, y no ser tan sólo condicionada socialmente, sino de naturaleza, origen y finalidad sociales.⁴

Así, presenta a la educación como un fenómeno esencialmente social, "transgeneracional", que transmite tradiciones materiales y espirituales. Para él, la sociología de la educación es la aplicación del método sociológico a las cosas o hechos de la educación susceptibles de observación; considera que existe una relación entre los hechos educativos y otros fenómenos colectivos, por lo que las condiciones y situaciones de la sociedad influyen en las instituciones y en los ideales y contenidos que se transmiten. La revisión de los planes y programas institucionales efectuada corrobora estos planteamientos formulados por De Azevedo.

Por su parte, Bonal profundiza en la materia, analizando las tesis de diversas corrientes sociológicas sobre la educación. Sus planteamientos resultan realmente interesantes y de gran apoyo instrumental para la materia objeto del presente trabajo. Bonal localiza el origen de la sociología de la educación en el punto en que la sociedad capitalista y su revolución industrial reemplazan al Antiguo Régimen, presentándose la necesidad de que instituciones educativas laicas cubran el papel que tenía la iglesia en la formación del individuo, por lo que surgen las escuelas como instituciones de socialización y de transmisión de hábitos y valores⁵.

La educación universal institucionalizada resulta así un subsistema social de aprendizaje de las normas y valores sociales en los que se fundamenta la sociedad, cuyas funciones fundamentales son el proceso de transmisión de conocimientos y hábitos como medios de socialización y control social, garantizando la adaptación del individuo al interior de la totalidad social.

³ VILLALPANDO, José Manuel: *Sociología de la Educación*, p. 253

⁴ DE AZEVEDO, Fernando: *Sociología de la educación*, p. 381

⁵ BONAL, Xavier: *Sociología de la educación: una aproximación crítica a las corrientes contemporáneas*, p. 18

Bonal relaciona directamente el impacto que tiene la educación en la sociedad con el objeto de estudio central de la sociología y con la situación que se presenta en la "sociedad meritocrática capitalista" de finales del siglo XX, esto es, el papel que desempeña la educación en el proceso de asignación y distribución de posiciones sociales y "status":

El análisis sociológico de la educación, en el cual esta aparece como subsistema social de atribución y legitimación de posiciones sociales, permite acercarse a lo que es el objeto central de la sociología: la explicación de las desigualdades sociales y de los mecanismos por las que estas se construyen, se mantienen, se legitiman, se reproducen o se modifican. El estudio de la relación entre logro educativo y posición social, el de la reproducción o cambio de las posiciones sociales, el de las probabilidades de acceso a la educación postobligatoria de los diversos grupos sociales, etc., son dimensiones de una disciplina sin la cual ya no es posible el estudio de la estructura social.⁶

Este autor señala que, desde el punto de vista social, sería inaceptable dejar de invertir en educación, ya que es universalmente aceptado el valor de la inversión educativa, pues numerosos estudios demuestran que la educación, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX, proporciona beneficios monetarios y mejora los estatus ocupacionales en términos absolutos, aunque no reduce automáticamente las desigualdades sociales. Por otra parte, si la educación es inversión privada y social, la existencia de rendimiento de la misma convierte al estudio económico de la educación en fundamental, por cuanto los costes y beneficios sociales y privados de la educación pueden ser explicativos de los cambios en los niveles y distribución de la renta nacional y privada. La inversión en educación tiene sentido, tanto desde el punto de vista social como económico.⁷

El estudio sociológico de la educación identifica a la escuela como institución que contribuye a la reproducción de las posiciones de clase, y por lo tanto, al mantenimiento de las desigualdades sociales. La escuela, por lo tanto, no sólo es una institución que reproduce las desigualdades, sino que tiene capacidad para legitimarlas. Se convierte así en una institución clave, no para la expansión y legitimación de la igualdad de oportunidades, sino para la reproducción sin conflicto de las posiciones de clase.

Una de las ventajas que presenta el texto de Bonal es que se encuentra actualizado, pues incluye referencias a las tecnologías de la información y a su impacto en la sociedad contemporánea; más específicamente, se refiere a las repercusiones de estas tecnologías en los procesos productivos, en las relaciones sociales y culturales y a los requerimientos que exigen en la formación de la población.

Sin embargo, los nuevos desarrollos tecnológicos han introducido una nueva forma de desigualdad educativa, social y laboral, pues al tiempo que se incrementan las posiciones de alta calificación, se incrementa en proporción aún mayor la creación de nuevos empleos en

⁶ BONAL, Xavier, *Op. Cit.*: p. 20

⁷ *Id.*: p. 60

trabajos poco calificados del sector servicios, en empleos como conserjes, vendedores, cajeros, etc.

En relación directa con el tema central de esta tesis, Bonal señala que esto ha generado que tanto el discurso como la política educativa registran una marcada orientación hacia las nuevas necesidades de producción y de fuerza de trabajo, lo cual resulta ampliamente corroborado en los planes y programas institucionales de educación, así como en las metodologías de diseño curricular y en los programas del Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior (FOMES), el Programa de Mejoramiento del Profesorado y el Consejo Estatal de Planeación de la Educación Superior.

Tenemos entonces que la educación superior actual debe orientarse más hacia el aprendizaje de habilidades que a contenidos, a moldear las actitudes, fomentar el trabajo en equipo, el uso de tecnologías y la rápida adaptación a los acelerados cambios tecnológicos. Se busca reforzar la socialización, la ductilidad, la disposición al aprendizaje, la autonomía y capacidad de decisión, las habilidades comunicativas y de relación, etc. El campo de estudios de las carreras parece tender más hacia la flexibilidad, la ampliación y la generalización que hacia la especialización y la concentración⁸.

Se ha dado en llamar "*sociedad de la información*" al estadio en el que se encuentra la sociedad mundial. Se argumenta que las tecnologías de la información, el conocimiento y el procesamiento de la información, están alterando las relaciones de poder entre los grupos sociales, la organización económica, la comunicación social y el papel del Estado. Incluso se llega a afirmar que, en esta nueva etapa, el crecimiento económico y la productividad dependen más del acceso a la información y su aplicación a la gestión que a la combinación clásica de los dos factores de la producción, el capital y el trabajo.

En este contexto, la preponderancia del nivel intelectual sobre el material ha propiciado que el discurso político de la educación oficial confiera una enorme importancia a la educación de la población, a fin de brindar mayor competitividad a las naciones en el contexto global, destacando el hecho de que, hoy en día, lo realmente importante es la capacidad de procesamiento de la información y de la capacidad de generar conocimiento, nueva base material de la productividad y del crecimiento económico⁹.

⁸ *Id.*: p. 177

⁹ *Id.* p. 173

1.3. - La educación superior en México

De acuerdo con la Ley General de Educación¹⁰, enseñanza superior es la que se imparte después del bachillerato en instituciones universitarias, tecnológicas y de educación normal, en tres vertientes de estudios: de licenciatura; de opciones terminales previas a la conclusión de la licenciatura y de postgrado. Para concluir una licenciatura se requieren de cuatro a seis años de estudios.

La educación superior se inició en México en 1552, con la fundación de la Real Universidad de México, la cual contaba con las facultades de Teología, derecho canónico, derecho civil, medicina y artes, y con las cátedras de retórica y gramática latina.

Actualmente existe en nuestro país una tendencia a estrechar los vínculos entre la academia y el sector productivo, aunque esta orientación ha sido tachada como neoliberal y "productivista" por una llamada corriente crítica, que propone una educación superior comprometida con los principales problemas sociales del país y un enfoque epistemológico, orientado hacia la resolución de problemas de conocimiento. Casi está de más mencionar que en todos los documentos oficiales relativos a la educación, predomina la orientación hacia el mercado de trabajo.

En su investigación sobre el sistema educativo mexicano, Carlos Ornelas destaca que existen diferencias entre lo que son las expectativas de los estudiantes y las expectativas de las instituciones de educación superior. De acuerdo con una encuesta realizada en universidades en 1988, las razones por las cuales los estudiantes se inscriben en ellas para lograr un grado profesional son las siguientes:

- 1) Acceder a un empleo mejor;
- 2) Obtener una posición social relevante;
- 3) Mejorar las condiciones de vida de sus descendientes;
- 4) Para contribuir al desarrollo del país o de la sociedad;
- 5) Aprender cosas nuevas o adquirir cultura¹¹

Este autor considera que una cosa es lo que los estudiantes desean y otra muy diferente lo que es conveniente que las instituciones de educación incluyan en sus planes de estudio. Aparte de conocimientos técnicos, se espera que una institución de educación superior proporcione a sus estudiantes una formación ética y cultural. En esta era de competencia globalizada, las universidades deben preparar a los profesionistas mexicanos para comunicarse con sus colegas de cualquier parte del mundo en lenguajes de computación, matemáticas e idiomas extranjeros.

¹⁰ CÁMARA DE DIPUTADOS DEL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN, art. 37,
<http://www.cddhcu.gob.mx>

¹¹ ORNELAS, Carlos: *El sistema educativo mexicano. La transición de fin de siglo*, p.346

Ornelas también analiza la necesidad de que se dé una mayor vinculación entre las empresas y las instituciones de educación superior y, de ser posible, que el aprendizaje se realice "en servicio", mientras se labora, promoviendo que cada vez mayor número de estudiantes haga estancias en los centros de trabajo y aprendan de la vivencia, de la experiencia de una empresa o institución social en marcha. Esto como parte de los planes de estudio, con valor en créditos y no posponerlo hasta el momento del servicio social, superando el intercambio de servicios por financiamiento¹².

En una investigación realizada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico sobre la educación en México, esta institución destaca que la característica principal de la educación superior mexicana es su heterogeneidad, aunque dentro de ella hay fines comunes a todas las instituciones: elevar la calidad de la educación, hacer más flexible la oferta curricular, estimular que un mayor número de estudiantes se registre en las áreas de importancia que hoy tienen poca demanda, así como vincular más sus programas con el desarrollo económico y social, todo lo cual implica un proceso de modernización.

Entre las principales recomendaciones que dicho organismo internacional formula a partir de dicho estudio se encuentran las siguientes:

- I. Desarrollar prioritariamente los institutos y universidades tecnológicas.
- II. Buscar que los planes y programas universitarios cuenten con pertinencia, en el sentido de que se encuentran vinculados con las necesidades sociales y las empresas o instituciones del área de estudios.
- III. Para la educación superior, prever un aumento de la matrícula a mediano plazo, a reserva de controlarla mediante pruebas de calidad de ingreso y a la salida, buscando que disminuyan en forma sensible los abandonos.
- IV. Proporcionar a la educación superior los recursos humanos y financieros suficientes y adecuados.
- V. Desarrollar considerablemente el nivel de técnico superior, intermedio entre bachillerato y licenciatura, ya sea en el marco de formaciones existentes o en instituciones como universidades tecnológicas
- VI. Calidad en los servicios educativos proporcionados
- VII. Diversificar los niveles de salida y propiciar la flexibilidad en los planes de estudios.¹³

De la misma manera, casi está de más mencionar que tanto la Secretaría de Educación Pública como las autoridades educativas estatales y gran parte de las instituciones públicas de educación superior aceptan y refuerza la aplicación de esas recomendaciones. Por ejemplo, es notable la forma como en los últimos años se ha promovido el establecimiento de universidades tecnológicas en diversas entidades del país. En la Universidad de Colima, estas recomendaciones se rescatan casi en su totalidad en el Plan Institucional de Desarrollo 1998 – 2003, como se podrá ver más adelante. Uno de los

¹² ORNELAS, Carlos, *Op. Cit.*, p.342

¹³ ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE): *Exámenes de las políticas nacionales de educación. México: Educación Superior*, pp.235 -242

principales criterios señalados en el plan para la orientación de las actividades institucionales para este período es precisamente la *pertinencia*.

En esta misma casa de estudios, en los últimos tres años ha sido una política explícita de la institución la instrumentación de carreras del nivel de profesional asociado. Asimismo, se lleva un registro minucioso de indicadores como son los índices de deserción y de eficiencia terminal. Durante las inscripciones de primer ingreso al nivel superior, se aplican baterías de exámenes de selección; con el propósito de elevar la calidad de la enseñanza, se contratan como profesores de tiempo completo sólo a candidatos con estudios mínimos de maestría y, por otro lado, se promueve la construcción de bibliotecas, talleres y laboratorios que permitan brindar una vertiente práctica y vivencial al proceso de enseñanza-aprendizaje. En lo que se refiere a la gestión de recursos financieros, existen áreas de personal especializado dedicado de tiempo completo al desempeño de esta tarea.

Seguir las recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico ha significado para la Universidad de Colima un incremento en sus dotaciones presupuestales, así como su posicionamiento ante las autoridades federales y el público en general como una de las más sobresalientes universidades públicas de provincia en nuestro país.

1.4.- La educación para el turismo

En el ámbito específico de la educación para el turismo, el Dr. Eduardo Fayós Solá, Director de Educación y Formación de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Presidente de la *European Tourism Education Network*, también considera que el diseño curricular y los contenidos de los programas pedagógicos deben responder crecientemente a las necesidades y expectativas de la demanda, es decir, de los empleadores, buscando optimizar el uso de los recursos en los procesos. Considera que deben identificarse en primer lugar las necesidades y expectativas de los empleadores turísticos para, enseguida, analizar la respuesta actual del sistema educativo y las brechas de calidad existentes.

La Organización Mundial del Turismo ha detectado que las nuevas condiciones de la demanda laboral exigen contenidos curriculares que presten más atención a la sustentabilidad, a la investigación de mercados y a la determinación de realidades y tendencias en el comportamiento de los consumidores, así como un mayor desarrollo de programas de formación gerencial, mejores contactos entre empresas e instituciones educativas y atención primordial a la formación continua.

Esta organización también destaca la importancia de la diversificación y la flexibilidad: desde el punto de vista de la diversidad deben considerarse subsectores, variedad de puestos de trabajo y variedad cultural e institucional de los espacios turísticos; por otra parte, se estima que la supersegmentación obligará a una mayor especialización de los profesionales, lo cual deberá equilibrarse con el hecho que la flexibilidad productiva exige currícula de amplio espectro.

Para esta institución internacional, el capital humano y la educación en turismo y hostelería serán clave del éxito en el paradigma de la nueva era del turismo, por lo que se recomienda aumentar sustancialmente la inversión total en educación. Los objetivos que se ha propuesto la institución en materia de formación de capital humano para el corto plazo son los siguientes:

- a) Definición de estándares de calidad en formación turística en el ámbito global.
- b) Obtención y gestión de información para la definición permanente de las necesidades en capital humano de los empleadores en la industria turística.
- c) Fortalecimiento de las administraciones nacionales de turismo en cuanto a capital humano.
- d) Definición de programas de formación en turismo que respondan a las necesidades de los futuros profesionales y de los empleadores de la industria turística de acuerdo con los estándares establecidos¹⁴.

Estos objetivos propuestos por la OMT son coherentes con la propuesta de la OCDE en lo que se refiere a la calidad de la educación y a la respuesta a las necesidades de los empleadores, aunque agrega la necesidad de contar con recursos humanos especializados en materia de turismo en las administraciones nacionales, lo cual puede ser interpretado como SECTUR y las secretarías de turismo de los gobiernos estatales. Esta última propuesta, aunque puede parecer demasiado obvia, no lo es tanto, pues gran parte del personal que labora en estas dependencias no cuenta con el perfil adecuado, es decir, los estudios o la experiencia en materia de turismo. En el caso específico que nos ocupa, se considera que el diseño del plan de estudios cumple los objetivos del organismo internacional.

1.5.- La teoría sobre diseño curricular

En el diseño curricular intervienen aspectos teóricos de pedagogía, aspectos ideológico-políticos y elementos técnicos-metodológicos. Para la definición de la currícula se toman en cuenta básicamente tres aspectos: el contexto socioeconómico e institucional dentro del cual tendrá lugar la acción educativa; los propósitos y objetivos que se persiguen y los diversos tipos de recursos que serán utilizados para tal fin¹⁵.

Hilda Taba propone que al momento de intentar formular un currículo se debe indagar sobre los fines y propósitos de la acción educativa que se pretende desarrollar: "¿para qué educamos? ¿Qué contribución o retribución espera la sociedad a cambio de la formación brindada a los estudiantes?" De acuerdo con la autora, responder a estas preguntas implica conocer los fines de la sociedad y de las fuerzas que operan en ella, ya que la educación

¹⁴ FAYÓS Solá, Eduardo: *Educación y formación en la nueva era del turismo*, pp. 59 - 71

¹⁵ DÍAZ BARRIGA Arceo, Frida et al: *Metodología de diseño curricular para educación superior*, p. 18

debe ser coherente con dichos propósitos al momento de proponer los conocimientos, tipos de capacitación y valores a incluir. Es necesario responder a estas interrogantes si se desea que la educación opere como un agente creativo de cambio social y que logre responder a las necesidades sociales¹⁶.

Sin embargo, las definiciones de Taba plantean otra serie de preguntas, pues de acuerdo con sus planteamientos, ¿se deberá organizar el currículo de acuerdo con los propósitos de cuál de los grupos de la sociedad? O, desde otro enfoque, ¿de acuerdo con los propósitos del grupo que controla la institución en donde se impartirá la opción académica? Evidentemente, las respuestas a las preguntas formuladas por la autora no son simples. En el caso del plan de estudios objeto del presente trabajo, se puede afirmar que los objetivos establecidos en los planes y programas oficiales para la educación se tomaron como los "fines de la sociedad", aunque sabemos que difícilmente pueden ser considerados así.

En una dura pero atinada crítica al sistema educativo mexicano, Ornelas explora el "currículum oculto" de la educación superior en nuestro país:

El currículo oculto reproduce un conjunto de valores y creencias que se asocian más directamente al capitalismo contemporáneo y que la tendencia neoliberal tal vez quiera enfatizar. De manera subjetiva los títulos profesionales se toman como la etiqueta de la fuerza de trabajo, que sirve como medio de intercambio en el medio laboral profesional. El título significa que se transitó por un proceso escolarizado mínimo de 16 años, pero no garantiza la posesión de conocimientos. Luego, lo que circula en el mercado son títulos profesionales a los que se adscriben individuos y no al contrario. Esta ideología credencialista, que penetró con ímpetu en la sociedad mexicana, se reprodujo en las instituciones de educación superior y, como resultado de la misma, el currículo se orienta al mercado de trabajo y no a satisfacer las necesidades sociales o a que las personas crezcan intelectualmente. Pero lo hacen en condiciones precarias; con técnicas e instrumentos subdesarrollados; con un profesorado en su mayoría improvisado (y muy mal pagado); con una gran carencia de recursos didácticos y con un *know how* que se parece más a un recetario que a los programas académicos.¹⁷ (Ornelas, 1995)

El vicio descrito como "credencialismo" es un serio obstáculo para lograr que los estudiantes realmente adquieran los conocimientos, ya que, en términos generales, más que interesarse en aprender, cultivarse o prepararse, están interesados en pasar y en obtener el título profesional, situación que también ha resultado reforzada por la actuación de instituciones públicas y privadas al momento de contratar personal. La escasez y precariedad de los recursos en las instituciones de educación superior es otra situación que salta a la vista, especialmente en las universidades públicas de provincia.

Sin embargo, la orientación hacia el mercado de trabajo de los planes y programas de estudio ya no pertenece al currículo oculto, sino que más bien es algo que se proclama en forma bastante explícita en el discurso y en las políticas oficiales sobre educación.

¹⁶ TABA, Hilda: *Elaboración del currículum: teoría y práctica*, p. 53

¹⁷ ORNELAS, Carlos, Op. Cit., p. 164

Para Díaz Barriga et al, las categorías centrales de la teoría curricular son las siguientes:

1. **Currículo e ideología:** los supuestos sociopolíticos bajo los que se conforma y analiza el currículo. El análisis del contexto socioeconómico se plantea como un paso necesario para la formulación de planes de estudio, señalando que su formulación ha favorecido a grupos privilegiados, por lo que propone que el diseño de los planes de estudio se realice a partir de un compromiso real de la institución con las necesidades de las mayorías.
2. **Práctica profesional:** se refiere a las actividades propias de cada carrera o a la conjunción de las tareas de un campo de acción.
3. **Interdisciplinarietà:** integración de aspectos de diferentes disciplinas en la formulación de los planes de estudio.
4. **Docente:** Integrado como autoridad y poseedor del conocimiento, adjudicándosele un ejercicio mecánico y un desligamiento de su entorno laboral y social.
5. **Estudiante:** se analizan sus características con fines de orientación vocacional o ubicación profesional, considerándosele también como un elemento activo y responsable de su proceso educativo¹⁸.

En términos generales, desde un punto de vista teórico, las metodologías para el diseño curricular proponen las siguientes fases:

Etapa 1. Fundamentación de la carrera profesional

- a) Investigación de las necesidades del ámbito en que laborará el profesional a corto y a largo plazo, situando a la carrera en una realidad y en un contexto social, determinando la existencia de un mercado ocupacional mediato e inmediato para el profesional.
- b) Investigación de otras instituciones que ofrecen formación en la misma disciplina para evitar la duplicidad.
- c) Analizar los principios que rigen a la institución educativa a fin de adaptarse a ellos.

Etapa 2. Elaboración del perfil profesional.

- a) Después de crear una sólida fundamentación de la carrera que se va a crear, deberán fijarse las metas que se desea alcanzar;
- b) Elaboración del documento conocido como "perfil profesional", donde se establecen las habilidades y conocimientos que poseerá el profesional al egresar de la carrera.
- c) El desarrollo del perfil profesional se realiza sobre la base de los conocimientos, técnicas y procedimientos disponibles en la disciplina en cuestión, lo cual constituirá la base de la carrera.

¹⁸ TABA, Hilda: *Op Cit.*, pp. 26 -28

- d) En base a lo anterior, se determinan las áreas de trabajo en que se desempeñará el profesional, así como las tareas que realizará.

Etapa 3.- Organización y estructuración curricular.

- a) El perfil profesional establecido proporciona las bases para definir la estructura y los contenidos de la carrera que se impartirá.
- b) Los conocimientos y habilidades terminales establecidos en el perfil profesional se organizan en áreas de conocimiento, temas y contenidos de la disciplina.
- c) En base a lo anterior, se definen las asignaturas y se organizan en forma secuencial, interrelacionada y por semestre o módulo establecido.
- d) Se elaboran programas sintéticos por asignatura.

Etapa 4.- Evaluación continua del currículo.

- a) El plan curricular no se considera estático, pues está basado en necesidades que pueden cambiar y en avances disciplinarios, lo cual hace necesario actualizar permanentemente el currículo.
- b) Se efectúa una evaluación externa, que intenta medir las repercusiones sociales que puede tener la labor de los egresados, es decir, su capacidad para solucionar problemas y satisfacer las necesidades del ambiente social.
- c) La evaluación interna se refiere al logro académico de los objetivos enunciados en el perfil profesional¹⁹.

Es conveniente mencionar que la mayor parte de las propuestas de Díaz Barriga para el diseño curricular son retomadas directamente por la Dirección General de Educación Superior y utilizadas como norma para orientar la formulación de planes y programas de estudio en todas las escuelas y facultades de la Universidad de Colima.

¹⁹ DÍAZ BARRIGA Arceo, Frida et al: *Metodología de diseño curricular para educación superior*, pp. 47 - 50

1.6.- Políticas oficiales en materia de educación superior

1.6.1.- Programa de Desarrollo Educativo 1995 - 2000

Uno de los principales problemas mencionados en el documento del programa en lo que se refiere a la educación superior en nuestro país es la concentración de la matrícula estudiantil en carreras universitarias como contaduría, derecho y administración, que ya no ofrecen a quienes las estudian las mismas oportunidades que brindaron en el pasado, al no corresponder con las grandes necesidades nacionales actuales²⁰.

Cerca del 50 % de la demanda estudiantil se concentra en estas áreas, en contraste con las áreas de ciencias naturales, exactas y agropecuarias, así como humanidades, las cuales en conjunto absorben sólo el 8 % de la matrícula, a pesar de que son muy importantes para el país. Por otra parte, en las áreas de ingeniería y tecnología, se advierte un crecimiento constante, con 33 % de la matrícula, en tanto que ciencias de la salud capta el 9 %²¹.

Educación Superior: Carreras con mayor matrícula en México, 1994

Nº	Opción Académica	Matrícula total 1994	%
1	Contaduría pública	159,278	13%
2	Derecho	122,013	10%
3	Administración	111,585	9%
4	Medicina	56,946	5%
5	Ingeniería industrial	54,993	5%
6	Arquitectura	45,527	4%
7	Ingeniería civil	35,069	3%
8	Informática	34,739	3%
9	Ingeniería electrónica	34,384	3%
10	Psicología	28,516	2%
	Subtotal	683,050	58%
	Otras	500,101	42%
	Total	1,183,151	100

Otro de los problemas que el programa menciona en la conformación de la oferta educativa en el nivel superior estriba en que no se ha considerado plenamente el comportamiento del mercado de trabajo profesional, ni las perspectivas reales de empleo, los cuales deberían servir como base para orientar la demanda, así como el hecho de que la

²⁰ PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo Educativo 1995 - 2000*, p. 88

²¹ OCDE, *Op. Cit.*, p. 66

diversidad y heterogeneidad de las condiciones y necesidades de las diversas regiones del país no se reflejan adecuadamente en la oferta educativa y de investigación.

Los problemas mencionados de manera genérica en el programa se manifiestan de manera concreta en nuestra entidad ya que, paradójicamente, la Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas se encuentra en proceso de cancelación, a pesar de que la actividad turística se presenta actualmente como uno de los sectores de actividad económica con mayor potencial.

Para el desarrollo y la diversificación de la oferta educativa de nivel superior en el país, el programa propone, entre otros, los siguientes criterios:

- El desarrollo equilibrado de la oferta educativa en relación con las necesidades sociales y las aspiraciones formativas de los educandos.
- Tener en cuenta los mercados laborales, el desarrollo de las profesiones, los requerimientos del sector productivo, las necesidades tecnológicas y las perspectivas del desarrollo regional y local, entre otros aspectos relevantes.
- En la planeación, realización y evaluación de programas, se favorecerá la comunicación, la concertación, el consenso y la corresponsabilidad de todas las instancias públicas y privadas, institucionales y sociales en la planeación, realización y evaluación de programas y acciones.
- Se apoyarán las acciones institucionales que tengan como fin la creación de nuevas modalidades educativas.
- Independientemente de la naturaleza y objetivos de los programas académicos, se alentará la formación integral de los estudiantes con una visión humanista y responsable frente a las necesidades y oportunidades del desarrollo de México. En este marco, se dará énfasis al desarrollo de la creatividad, dominio del español, pensamientos lógico y matemático. Además, se apoyarán acciones que atiendan la habilitación de los estudiantes en informática y lenguas extranjeras, entre otras áreas.
- Se buscará una mayor vinculación de las instituciones educativas con sus entornos socioeconómicos, mediante los programas y acciones que se propongan una participación más activa y consistente para alcanzar un desarrollo integral y sustentable de las comunidades menos beneficiadas. De igual forma se buscará una mejor y más sistemática vinculación de las instituciones educativas con el sector moderno de la producción.
- Se apoyará la ampliación y mejoramiento de la infraestructura, los espacios físicos y el equipamiento, dando preferencia a las instituciones que desarrollen programas y acciones comunes.
- Se buscará orientar a quienes demandan educación hacia las opciones educativas con mejores perspectivas de ejercicio profesional y de mayor relevancia para el desarrollo de la nación.
- Se orientará la demanda hacia instituciones y áreas de educación media superior y superior distintas de las que actualmente presentan altos niveles

de saturación y se alentará el crecimiento de la matrícula en carreras que requiera el desarrollo del país²².

- Se promoverá la consolidación de aspectos de carácter formativo de los planes de estudio, mediante estrategias, enfoques y actividades que mejoren las competencias de los estudiantes en el uso del español, las ciencias, la lógica, las matemáticas, las lenguas extranjeras y la informática.
- Se buscará lograr una mayor correspondencia de los resultados del quehacer académico con las necesidades y expectativas de la sociedad.
- Desde las primeras etapas de su formación, se buscará vincular al estudiante con su ámbito de desarrollo profesional.
- En la asignación de recursos, se dará especial importancia a la creación de oportunidades que requiere la expansión de la demanda.

1.6.2.- Objetivo General del Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995 - 2000 en materia de educación, capacitación y cultura turística.

El Objetivo del Programa de Desarrollo del Sector Turismo en materia de educación y formación de personal es el siguiente:

Fortalecer la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos mexicanos para coadyuvar en la creación de empleo, la captación de divisas y el fomento al desarrollo regional²³.

El desarrollo del empleo turístico juega un papel fundamental dentro de la política turística, tanto desde el punto de su incremento cuantitativo como cualitativo; esto es, se busca no únicamente que haya más empleos en el Sector Turismo, sino que estos empleos tengan más calidad; es decir, que sean más productivos, mejor remunerados y que el personal que en ellos se desempeñe cuente con una mejor calificación profesional.

Esto implica la planeación y operación de los programas de formación de personal con la participación conjunta de las diversas instituciones de los sectores público, privado y social en una integración en el ámbito regional, que responda a los requerimientos y características específicas de los diversos destinos turísticos de nuestro país.

Dentro de este esquema, a través de la educación y la capacitación se buscará elevar los estándares de calidad y eficiencia en los servicios y productos turísticos, promoviendo el desarrollo del elemento humano como factor fundamental en el aumento de la rentabilidad y competitividad en la totalidad de las diversas fases del proceso turístico: transporte, alojamiento, alimentación y actividades.

²² PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo Educativo 1995–2000*, pp. 90 - 99

²³ PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo de Desarrollo del Sector Turismo 1995–2000*, p. 30

Es importante destacar que las líneas de acción que se proponen en el programa de desarrollo del sector resultan totalmente coincidentes con los diversos lineamientos metodológicos propuestos para el desarrollo de planes de estudios y curriculas universitarios. Entre las más relevantes se encuentran las siguientes:

- Elaborar un diagnóstico de las necesidades de educación y capacitación, y vinculación escuela-industria para cada uno de los destinos turísticos prioritarios y sus regiones de influencia.
- Promover la prestación del servicio social como un mecanismo de articulación entre el proceso de enseñanza-aprendizaje con los requerimientos de la industria turística.
- Fomentar la incorporación de las nuevas tecnologías a los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- Implementar programas de capacitación para los operadores locales y proveedores de diferentes actividades.
- Fomentar programas de formación de una cultura turística entre los estudiantes, empresarios, trabajadores y población de las comunidades residentes.
- Actualizar al personal directivo de la industria en las nuevas tendencias del turismo y en la gestión empresarial moderna.
- Estimular la formación de investigadores y docentes de alta calidad²⁴.

a).- Problemática de la formación de recursos humanos en el sector turismo.

De acuerdo con un diagnóstico elaborado sobre los estudios superiores en materia turística en nuestro país, tanto los alumnos como las instituciones atraviesan por graves problemas. La mayor parte de las actividades educativas se orientan a asignaturas administrativas y su enfoque es sumamente teórico.

No fue posible localizar en todo el país un sólo hotel escuela operando, lo cual coloca a los estudiantes de turismo de nuestro país en fuertes desventajas frente a alumnos de otros países que cuentan con todas las instalaciones y los espacios para practicar, situación que posteriormente se refleja en la estructura jerárquica de las empresas turísticas.

Difícilmente los egresados de las escuelas de turismo mexicanas podrán competir por los puestos de las grandes cadenas hoteleras y restauranteras contra egresados de la Universidad de Cornell de los Estados Unidos, las *écoles supérieures de tourisme* de Francia o los *Glion Hotel Schools* de Suiza. Sin embargo, por algo se tiene que empezar.

La problemática educativa del sector turismo se relaciona directamente con la calidad de los servicios, la competitividad y la rentabilidad. En 1994 existían en el país 548 instituciones educativas con una oferta educativa relacionada con el turismo; de ellas, 72

²⁴ *Id.*, p. 44

ofrecen estudios en el ámbito operativo, 312 a nivel medio superior y 164 a nivel superior. Entre los principales problemas que registra la capacitación y la educación en el sector turismo se pueden mencionar los siguientes:

- Escasa vinculación entre escuelas y empresas.
- Escasa incorporación de los egresados de las escuelas de turismo al sector laboral.
- Elevados índices de deserción.
- Falta de actualización del personal docente.
- Escasa capacitación del personal empleado en empresas turísticas.
- Sólo las grandes empresas organizadas en cadenas valoran al recurso humano como una ventaja competitiva.
- Bajo nivel educativo del personal que labora en el sector turismo²⁵

b).- Recomendaciones a las escuelas de turismo de nivel superior

En 1993 la Secretaría de Turismo integró un grupo consultivo para la formación de recursos humanos para el turismo con el propósito de analizar las acciones en la materia realizadas en nuestro país. La subcomisión de nivel superior se encargó de estudiar a las instituciones educativas que imparten formación en la materia, así como los planes de estudio, las áreas de conocimiento y las asignaturas impartidas, procediendo a formular de manera consecuente criterios para el diseño curricular, los cuales fueron tomados en cuenta para el diseño de la carrera que nos ocupa.

El grupo de trabajo detectó que en la actualidad existen en nuestro país básicamente tres modalidades de carreras turísticas:

- I. **Las licenciaturas en turismo:** se encargan de estudiar el fenómeno turístico desde un enfoque más teórico y desde un punto de vista socioeconómico y cultural. El perfil de los egresados se presta más para su desempeño laboral en instituciones públicas, educativas o de investigación, así como en funciones de planeación y promoción de la actividad.
- II. **Las licenciaturas en administración de empresas turísticas:** Carreras frecuentemente organizadas alrededor de un tronco común con carreras de administración o contabilidad y lógicamente con una mayor orientación hacia esas áreas y otras disciplinas afines tales como mercadotecnia, finanzas e informática, entre otras.

²⁵ *Id.*, pp. 18 - 19

III. Las licenciaturas en hotelería y gastronomía: Carreras enfocadas directamente a la operación y dirección de establecimientos de hospedaje o empresas de producción y servicio de alimentos y bebidas.

Algunos de los principales hallazgos de esta comisión fueron los siguientes:

- El estudio del fenómeno turístico como tal se halla sumamente limitado en los programas existentes.
- Se le asigna una gran importancia al estudio del inglés.
- El 85 % de las carreras agrupadas en el área de administración de empresas parten de un tronco común junto con las carreras de administración y contaduría.
- Las áreas humanísticas o de ciencias sociales aparecen muy reducidas o con objetivos confusos.

El documento recomienda que las carreras de cualquier de las tres modalidades de mencionadas anteriormente incluyan asignaturas de las siguientes áreas de formación:

- a. Informática
- b. Humanidades
- c. Investigación
- d. Teorías sobre el Turismo
- e. Administración básica
- f. Inglés

Para terminar, el documento sugiere que se asigne una gran proporción de las actividades del plan de estudio a diferentes tipos de prácticas, a fin de evitar de que la enseñanza se convierta en puramente teórica²⁶.

²⁶ SECRETARÍA DE TURISMO, Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo, Subcomisión de Nivel Superior, *Recomendaciones a las Escuelas de Turismo de Nivel Superior*, pp. 13-17

2.- IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN PARA EL TURISMO

2.1.- Antecedentes históricos del turismo

Si bien el turismo de masas organizado industrialmente es un fenómeno históricamente reciente, la actividad turística como práctica social resulta casi tan antigua como la civilización misma, pues se tienen referencias de prácticas del turismo en sociedades tan antiguas como Egipto y Babilonia. Uno de los primeros turistas de quien se tiene noticias es Herodoto, considerado el padre de la Historia. Sobre sus viajes a Egipto, refiere que ya había guías que exageraban, mentían y fastidiaban a los viajeros alardeando de su erudición y su conocimiento de los jeroglíficos; también menciona que en aquella época había ya viajeros vandálicos que rayaban los monumentos para dejar evidencia de que habían estado ahí.²⁷

Desde el punto de vista de los viajes, el turismo se diferencia de otros tipos de viajes, como son los comerciales y de negocios, los de exploración, las expediciones militares y las misiones diplomáticas. Las personas también realizan numerosos viajes para fines de trámites y gestiones, de estudio y de salud.

Históricamente, en el origen de los viajes considerados específicamente como turísticos, tenemos las visitas a los centros de fe y las peregrinaciones religiosas. En la Edad Media, Roma y Jerusalén se contaban entre los principales destinos turísticos para los cristianos, en tanto que los musulmanes ya peregrinaban a Medina y La Meca y en la India los peregrinos se dirigían a Varidasa y Benarés, a orillas del río Ganges. En lo que se refiere al continente americano, existen evidencias de que en la Mesoamérica precolombina numerosos creyentes visitaban Teotihuacán.

Los antiguos griegos eran grandes viajeros marítimos, pero desde el punto de vista turístico, sus primeros viajes fueron por motivos religiosos, para visitar los santuarios distribuidos entre las diversas islas y ciudades de la *hélade*; otros de sus motivos de viaje eran competir o participar en los juegos olímpicos, que en aquella época también tenían un sentido religioso.

Por su parte, los antiguos romanos también viajaban: visitaban *spas*²⁸ y playas; el puerto de Nápoles contaba con alojamientos en diferentes zonas para los diversos grupos sociales. La *pax romana*, con sus calzadas, fortificaciones y guarniciones militares, fue una buena época para los viajes. Existe aún en la Inglaterra contemporánea un balneario utilizado originalmente por los romanos, localizado en la ciudad de Bath, el cual registró un importante resurgimiento durante el siglo XVII.

A lo largo de la mayor parte de la historia de la humanidad, los viajes fueron esencialmente un privilegio de las élites, de la aristocracia, la burguesía, la nobleza o el alto clero. Durante el siglo XVII se inició en Inglaterra una costumbre que posteriormente se

²⁷ HOLLOWAY, J. C.: *El negocio del turismo*, pp. 35 -36

²⁸ Spa: *salud per aqua*, locución latina que alude a las propiedades curativas de las aguas de los manantiales.

extendió entre otros países europeos: el *Grand Tour*, durante el cual se enviaba a los jóvenes aristócratas a recorrer las grandes capitales de Europa, básicamente con propósitos educacionales: se esperaba que aprendieran idiomas, conocieran las grandes obras de arte, comprendieran otras culturas y se prepararan para la diplomacia; iban acompañados de un tutor y el viaje duraba entre dos y tres años.

El turismo de masas, tal y como lo conocemos hoy en día, surgió en Inglaterra en el siglo XIX y se encuentra directamente vinculado con la revolución industrial y la máquina de vapor. Si bien no es completamente cierto, se acostumbra afirmar que Thomas Cook fue el creador del turismo moderno y el primer agente de viajes e intermediario turístico.

La historia registra que en 1841 Cook organizó una excursión en ferrocarril de Leicester a Loughborough en la que participaron 570 personas de una asociación antialcohólica para asistir a un congreso, cobrándoles una tarifa de 1 chelín por pasajero. A raíz de este viaje se dedicó a la organización comercial de viajes para grupos y viajeros particulares. Lo que hay que resaltar aquí es que fueron los avances tecnológicos de la época, esto es, los ferrocarriles, las embarcaciones de vapor y el telégrafo los que permitieron el incremento en los viajes, al permitir una operación más confiable y predecible. Fue también durante esa época que surgieron los primeros *resorts*²⁹ típicos de playa, destacando centros turísticos como Brighton y Blackpool.³⁰

Todo esto ocurrió en los tiempos en que Inglaterra era la potencia dominante, pero a nivel mundial, la verdadera participación de grandes masas de población en actividades turísticas se dio a partir de la década de los cincuentas. Los teóricos del turismo explican esta tendencia a partir auge de los viajes generados a raíz de la Segunda Guerra Mundial y al auge económico y tecnológico que le siguió.

Fueron los norteamericanos, ya consolidados como potencia dominante, quienes iniciaron la tendencia; más específicamente, fueron los soldados retirados del ejército, quienes alguna vez tuvieron que desplazarse por mar y por aire a islas y continentes lejanos para participar en operaciones militares, quienes volvieron a viajar, aunque en esta ocasión por motivos de placer y en compañía de sus familias. En esta etapa fueron el desarrollo de las telecomunicaciones, el gran desarrollo de la aviación y la generalización del uso del automóvil lo que dio el nuevo impulso a los viajes. Por imitación, ciudadanos de otros países siguieron el ejemplo de los norteamericanos.

2.2.- Definición de turismo

Existen numerosas definiciones del término *turismo*. Oficialmente, en el ámbito internacional, el turismo se define como las actividades de personas viajando y permaneciendo en sitios

²⁹ *Resort*:: palabra inglesa que se refiere a un centro turístico, ya sea una población o un desarrollo privado.

³⁰ *Id.*, pp. 44- 46

fuera de su ambiente habitual por un período no mayor a un año, por motivos de placer, negocios u otros³¹. Ocooper *et al* definen al turismo como:

(...) aquel fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan desde su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural³².

Más pragmáticos en su definición, los norteamericanos se refieren al turismo como *travel and hospitality industry*, dando a entender que no consideran relevante el motivo por el cual las personas se desplazan de su lugar habitual residencia; ellos sólo se interesan por venderles servicios de transporte, alimentación y hospedaje. El resto de los componentes del turismo los clasifican en las categorías de deportes, arte, entretenimiento y atracciones en general.

Así, turismo es el conjunto de turistas, pero a al vez el complejo de fenómenos y relaciones que, en masa, produce como consecuencia de sus viajes: transporte, hoteles, agencias, espectáculos, guías, intérpretes, organizaciones privadas o públicas que fomentan la infraestructura y la expansión de los servicios; campañas de propaganda, escuelas de información y escuelas especializadas.

En el lenguaje oficial de la Organización Mundial del Turismo, el concepto central es el de visitante, el cual se divide en turistas y excursionistas; la diferencia estriba en que los primeros pernoctan o pasan una noche o más fuera de su hogar, en tanto que los segundos sólo viajan por una jornada, regresando a pernoctar en su casa. También es importante distinguir entre visitantes nacionales e internacionales.

2.3.- El impacto de la actividad turística

Aparentemente, la razón principal que justifica el fomento y la promoción por parte de autoridades y gobiernos a la actividad turística es el gran impacto económico que tiene en las comunidades en donde se desarrolla. Se le considera un importante hecho económico dado que supone el gasto en la comunidad anfitriona de un ingreso generado en el lugar de origen del viajero, implicando un desplazamiento de las rentas del lugar donde fueron generadas al lugar donde fueron gastadas en consumo de servicios turísticos diversos.

También se considera que el gasto del turista tiene un efecto multiplicador en las regiones, generando empleos, una derrama económica sustancial, el surgimiento y la multiplicación de pequeñas empresas y el auge del comercio.

³¹ WORLD TOURISM ORGANIZATION, *Overview of Basic Tourism Statistics*

³² COOPER, C., *et al: Turismo principios y práctica*, p.5

Si bien es cierto que algunas de estas premisas se cumplen en las regiones turísticas, las aportaciones socioeconómicas reales del turismo a las regiones en donde prospera no se encuentran suficientemente documentadas y comprobadas. Gran parte de las empresas que operan los mayores volúmenes de efectivo por concepto de servicios turísticos son grandes corporativos nacionales o transnacionales, por lo que una proporción considerable del dinero sale de las plazas turísticas hacia los centros financieros nacionales o internacionales y, con bastante frecuencia, hacia paraísos fiscales como las islas del Gran Caimán, Bahamas o Bermudas. En numerosas ocasiones, el dinero proveniente de la venta de los paquetes turísticos ni siquiera entra al país, pues pasa de manos del agente mayorista a las cuentas de las compañías hoteleras dentro del mismo país de origen del turista.

Lo que sí ha logrado documentarse de manera irrefutable son los impactos negativos que el turismo tiene en el medio ambiente y en las estructuras sociales de las comunidades turísticas. Los grandes hoteles, restaurantes y casinos son devoradores de energía eléctrica, combustibles y agua, así como impresionantes generadores de desechos líquidos y sólidos. Así, las grandes empresas turísticas, al tiempo que consumen enormes cantidades de recursos que con frecuencia les son retirados a las poblaciones locales, también producen cuantiosos volúmenes de desechos contaminantes que son arrojados a mares, lagunas o ríos. También se ha verificado en numerosas ocasiones que los flujos masivos de turistas acaban con ecosistemas delicados como arrecifes coralinos, lagunas litorales, bosques y selvas.

Por otra parte, también se ha detectado que las actividades licenciosas y las costumbres relajadas que se acostumbra practicar en los destinos turísticos introducen modificaciones en las costumbres tradicionales de las comunidades nativas, por la imitación de los hábitos de turistas procedentes de áreas urbanas o de otros países. Lo anterior, aunado a la inmigración de operadores turísticos de otros países o regiones, conlleva el riesgo de dislocar a las comunidades locales. Los índices de criminalidad, adicciones y desintegración familiar se disparan en las regiones turísticas.

En paralelo con el crecimiento del fenómeno turístico, la investigación turística es una de las industrias académicas de mayor crecimiento de fines del siglo XX. No obstante, aún se toman muchas decisiones en materia de política turística sin disponer de la información suficiente:

Las autoridades cada vez se involucran más en políticas orientadas a sostener centros de desarrollo turístico y a promover la creación de nuevos centros, a pesar de que con mucha frecuencia los impactos reales del turismo en el empleo y la economía locales no se conciben a fondo³³.

³³ HALL, C.M. AND PAGE, S.J.: *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*, p. 62

ALGUNOS IMPACTOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

IMPACTO ECONOMICO	
POSITIVO	NEGATIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del gasto • Creación de empleos • Incremento en la oferta de empleo • Incremento en el nivel de vida o de bienestar • Incremento en la inversión • Creciente conciencia de la región como destino turístico • Mejor conocimiento del potencial para la inversión y la actividad económica en la región • Desarrollo de infraestructura, atractivos e instalaciones • Mejor accesibilidad gracias al desarrollo de infraestructura de transporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la inflación en la localidad • Especulación con la tierra y bienes raíces • Fracaso en la atracción de corrientes turísticas • Mejores inversiones alternativas • Salidas de capitales • Estimación inadecuada de los costos del desarrollo del turismo • Costos de oportunidad indeseables, incluyendo transferencia de fondos de salud y educación • Adquisición de mala reputación a resultas de instalaciones inadecuadas, prácticas impropias o precios inflados • Reacciones negativas de empresas existentes por la posibilidad de nueva competencia por la fuerza de trabajo y el apoyo del gobierno

IMPACTO AMBIENTAL (FÍSICO-ECOLÓGICO)	
POSITIVO	NEGATIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevas instalaciones • Mejoramiento de la infraestructura local • Conservación de la herencia historia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Daño ecológico • Modificación de los procesos naturales • Contaminación arquitectónica • Destrucción de la herencia cultural e histórica • Sobrepoblación • Modificación de los hábitos de las especies locales

IMPACTO SOCIOCULTURAL

POSITIVO	NEGATIVO
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor interés y participación en eventos y asuntos locales • Fortalecimiento de valores y tradiciones regionales • Mayor orgullo local y espíritu comunitario • Mayor conciencia de las percepciones externas • Mayor reconocimiento internacional a la región y sus valores 	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de actividades que podrían ser carácter personal o privado • Modificación de actividades y eventos para adecuarlos a los gustos y conveniencias de los turistas • Posible incremento de la criminalidad • Cambios en la estructura de la comunidad • Surgimiento de actitudes defensivas en las comunidades anfitrionas • Altas probabilidades de malos entendidos que pueden generar diversos grados de hostilidad entre turistas y anfitriones • Explotación económica de la población local para satisfacer las ambiciones políticas de las élites • Incremento en los costos administrativos • Utilización del turismo para legitimar decisiones impopulares³⁴

Siendo el turismo de sol y playa el que mayor cantidad de visitantes atrae, los delicados ecosistemas costeros con frecuencia son víctimas de cargas excesivas de visitantes, con la circunstancia agravante de que, una vez que los atractivos naturales de las zonas costeras resultan agotados por la sobreexplotación, tanto los operadores turísticos como los visitantes sencillamente se dirigen hacia nuevos destinos. Algunos de los impactos del turismo que con mayor frecuencia se registran en las regiones costeras se encuentran los siguientes:

- Degradación y contaminación ambiental.
- Destrucción de hábitats y daño a ecosistemas.
- Explotación exagerada de la pesca.
- Destrucción de ecosistemas delicados.
- Destrucción de ecosistemas para construcción de desarrollos turísticos.
- Erosión y dragado en zonas costeras.
- Destrucción de arrecifes y manglares y emigración de especies por actividades turísticas.

³⁴ *Id.*, pag. 122

- Reducción de áreas de bosques y selva tropical.
- Pérdida de playas arenosas y erosión de la línea costera.
- Introducción de especies exóticas.
- Descarga de aguas negras y residuales en el mar y en lagunas litorales.
- Contaminación y agotamiento de acuíferos.
- Desviación de corrientes de agua utilizados por la población y para la agricultura hacia los desarrollos turísticos.³⁵

Por las razones mencionadas, resulta de fundamental importancia que los estudiantes de turismo adquieran conciencia de que la operación de la actividad turística debe realizarse invariablemente atendiendo a criterios de sustentabilidad, no sólo ecológica, sino también económica y social, especialmente si recordamos que, hoy en día, los turistas internacionales son más educados, sofisticados y conscientes; perciben cuando una operación turística no es sustentable y los impacta negativamente, lo cual repercute en su valoración sobre el destino y el operador turístico.

Un destino y una empresa turística con una mala imagen, originada por ignorar los criterios de sustentabilidad difícilmente atraerá una numerosa clientela en el nuevo milenio. Por ello deben incluirse en los planes de estudios de las carreras turísticas asignaturas y contenidos que estudien en profundidad las diversas vertientes de la sustentabilidad, así como las técnicas y metodologías necesarias llevar a cabo una operación turística consciente.

³⁵ *Id.*, pag. 136

2.4.- Diagnóstico oficial del sector turismo en México

ESTADÍSTICAS MUNDIALES DE TURISMO

1997

LLEGADA DE TURISTAS			INGRESO POR TURISMO	
Nº	PAÍS	MILES DE TURISTAS	PAÍS	MILLONES DE DÓLARES
1	FRANCIA	66800	E.U.A.	75056
2	E.U.A.	49038	ITALIA	30000
3	ESPAÑA	43403	FRANCIA	27947
4	ITALIA	34087	ESPAÑA	27190
6	CHINA	23770	ALEMANIA	16418
7	POLONIA	19514	AUSTRIA	12393
8	MÉXICO	19351	CHINA	12074
9	CANADA	17610	AUSTRALIA	9324
10	REP. CHECA	17400	HONG KONG	9242
11	HUNGRÍA	17248	CANADÁ	8928
12	AUSTRIA	16642	TAILANDIA	8700
13	ALEMANIA	15828	POLONIA	8700
14	FED. RUSA	15350	SINGAPUR	7993
15	SUIZA	11077	SUIZA	7960
16	HONG KONG	10406	MÉXICO	7593
17	GRECIA	10246	FED. RUSA	7318
18	PORTUGAL	10100	TURQUÍA	7000
19	TURQUÍA	9040	PAISES BAJOS	6597
20	TAILANDIA	7263	INDONESIA	6589

TOTAL MUNDIAL: 612,835,000 MILLONES DE DÓLARES: 443,700³⁶

En su sencillez, este pequeño cuadro dice más sobre el turismo en México que muchos profundos análisis. En el ámbito del turismo internacional, se afirma que los países desarrollados tienen un sector turístico fuerte, en tanto que en los países subdesarrollados el sector turístico es débil; esto es, se dice que existe una relación directa entre el desarrollo socioeconómico general de un país y el desarrollo de su sector turismo.

El cuadro muestra que México se encuentra en octavo lugar en cuanto a captación de turistas en el ámbito mundial, pero en decimosexto en lo que se refiere a captación de divisas por concepto de turismo. Esto es, México tiene una gran captación turística, pero un bajo rendimiento por turista recibido, lo cual sólo significa que no se percibe todo lo que podría

³⁶ SECRETARÍA DE TURISMO, Subsecretaría de Desarrollo Turístico, *Estadísticas básicas de la actividad turística 1997*, p.8

obtenerse por turista que nos visita. Existe una estrecha relación entre ingreso por turista, calidad, competitividad y formación turística.

México empezó a hacerse promoción en el mercado turístico internacional a partir del sexenio de Miguel Alemán, curiosamente, utilizando el cine, la radio y la televisión para promover el destino turístico en el cual el propio presidente colocó importantes inversiones: Acapulco. Entre las décadas de los cincuentas y los setentas Acapulco fue considerado en el ámbito internacional como un destino sensual y tropical. Víctima de su propio éxito, el puerto guerrerense terminó siendo un centro posicionado en dos sentidos: para las clases populares del Distrito Federal y para el libertinaje.

A partir de la experiencia acapulqueña, los gobiernos priístas se percataron del gran potencial de la actividad turística para la captación de divisas e impuestos, por lo que intentaron repetir la experiencia. Durante la década de los setentas, un grupo de técnicos financieros del Banco de México recorrió la totalidad de la línea costera del país con el propósito de detectar sitios potenciales para el desarrollo de destinos turísticos. Así surgió el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y los proyectos para el desarrollo de los llamados "destinos integralmente planeados": Cancún, Huatulco, Ixtapa, Loreto y Los Cabos. Algunos de estos destinos obtuvieron un gran éxito internacional, pero otros en realidad no han logrado despegar.

Los factores económicos y tecnológicos que caracterizan el final del siglo XX han incidido lógicamente en la actividad turística mundial. Así, la globalización económica y el desarrollo en las comunicaciones y transportes han permitido que los viajes, tanto domésticos como internacionales, sean cada vez más frecuentes; los avances en materia de informática han originado sistemas computarizados de reservaciones que facilitan las transacciones; la generalización en el uso de Internet ha tenido un gran impacto como medio de comercialización, promoción e información de servicios turísticos.

En algún momento de la historia, México se quedó atrás en la competencia turística internacional. Existen varias explicaciones oficiales para este hecho. Una de las explicaciones es que los operadores turísticos de nuestro país decidieron competir sobre la base de bajas tarifas, ignorando el hecho de que el turista internacional prefiere pagar un poco más pero recibir buena calidad a cambio; la estrategia de precios bajos llevó finalmente a una baja en la rentabilidad y en la calidad de la oferta del sector.

Otra razón que explica el rezago turístico de México es el hecho de que no percibió el agotamiento del modelo turístico de "sol y playa" ("fordiano") y el surgimiento de modificaciones en las tendencias turísticas mundiales. El turista contemporáneo es más experimentado, culto, exigente y sofisticado; se interesa aún por el sol y la playa, pero exige algo más. En los últimos años han surgido modalidades turísticas como el turismo rural, el turismo de aventura y el ecoturismo, así como un mayor interés por la cultura, lo cual exige una creciente diversificación de la oferta turística. Por otra parte, el turista contemporáneo es más consciente y pone atención en la sustentabilidad del producto turístico.

Simultáneamente, otros países empezaron a competir por la divisa turística, ofreciendo incentivos y exenciones fiscales a la inversión. Los norteamericanos se percataron del gasto de los visitantes fronterizos en el norte de nuestro país y empezaron a

explotar con éxito la herencia cultural hispana e indígena de sus estados fronterizos. Paradójicamente, en los últimos años, el número de visitantes anglosajones a nuestro país se ha estabilizado, en tanto que crece la cantidad de México-norteamericanos residentes en Estados Unidos que regresan a vacacionar. Así, México se halla rezagado frente a sus poderosos competidores: Estados Unidos –con Hawai y Florida- y el Caribe.

La sustentabilidad ecológica y social es otro de los requisitos básicos para lograr la competitividad en el ámbito global. En México hemos sido testigos de cómo destinos como Acapulco y Cancún han sido víctimas de su propio éxito, al atraer en forma irrestricta a grandes volúmenes de turistas y a masas de emigrantes que se desplazan en busca de los empleos y los ingresos generados por la actividad turística. Por ello, las políticas turísticas deben orientarse a una explotación del recurso turístico que no lo destruya:

México cuenta con una gran biodiversidad, con la existencia de una extensa variedad de culturas vivas de origen ancestral y con un extraordinario patrimonio histórico, que requieren de modelos sustentables para conservarse y aprovecharse de manera que puedan generar servicios turísticos estratégicos que beneficien al conjunto del sector y de la sociedad³⁷.

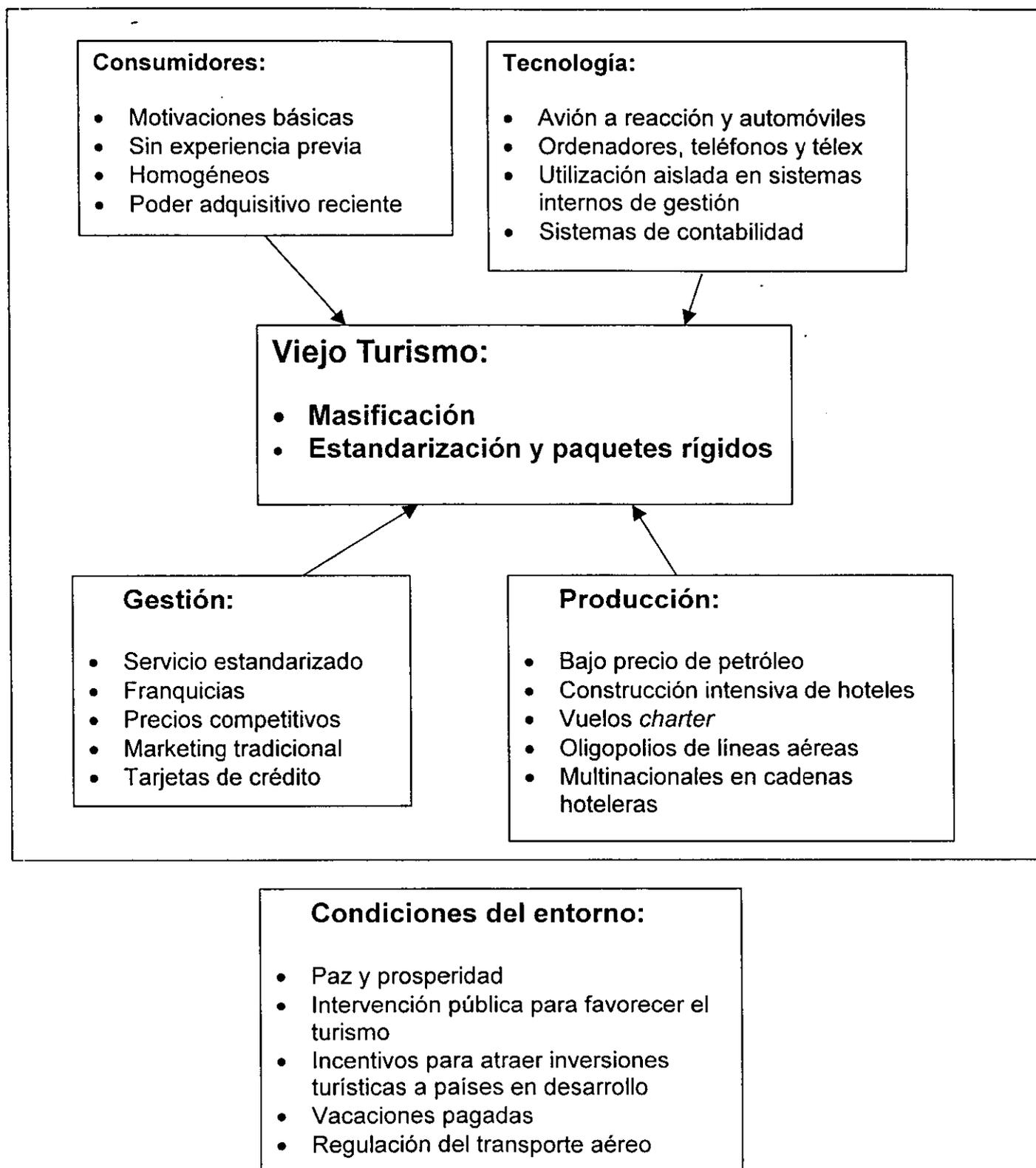
En lo que se refiere a la competitividad, se le define como la capacidad de un sector, empresa o institución para mantener y aumentar su participación en el mercado en términos de volumen e ingresos. Durante el paradigma fordiano del turismo, el mercado era regido por los vendedores, quienes podían imponer condiciones a los compradores, basándose por lo común en economías de escala, en las cuales la producción masificada de grandes volúmenes era el medio que les permitía reducir costos y maximizar utilidades.

Hoy en día la competitividad se establece en otros términos, pues nos encontramos en un mercado en el cual los compradores imponen sus condiciones, por lo que básicamente los productos turísticos deben orientarse a responder a sus requerimientos. Así, se espera que los productos turísticos cuenten con una identidad y que ofrezcan valor agregado. El turista actual se orienta hacia el contacto con la naturaleza y con las culturas locales, la calidad y los servicios personalizados hechos a la medida, lo cual conlleva la necesidad de efectuar investigaciones de mercado para identificar los diversos segmentos y nichos de mercados, con sus respectivas demandas.

Durante la década comprendida entre 1985 y 1994, la competitividad turística de México registró tendencias decrecientes, pues mientras el crecimiento anual del turismo extranjero de Estados Unidos y el Caribe registró tasas promedio de 6.6 % y 6.2 % anual, respectivamente, nuestro país creció sólo al 3.3 % anual. En lo que se refiere al turismo receptivo proveniente de Estados Unidos, su tasa de crecimiento pasó de un promedio de 9.6 % anual entre 1985 y 1990 a 1.9 % entre 1990 y 1994. Como se mencionó anteriormente, el mercado anglosajón proveniente del vecino país del norte redujo considerablemente su participación.

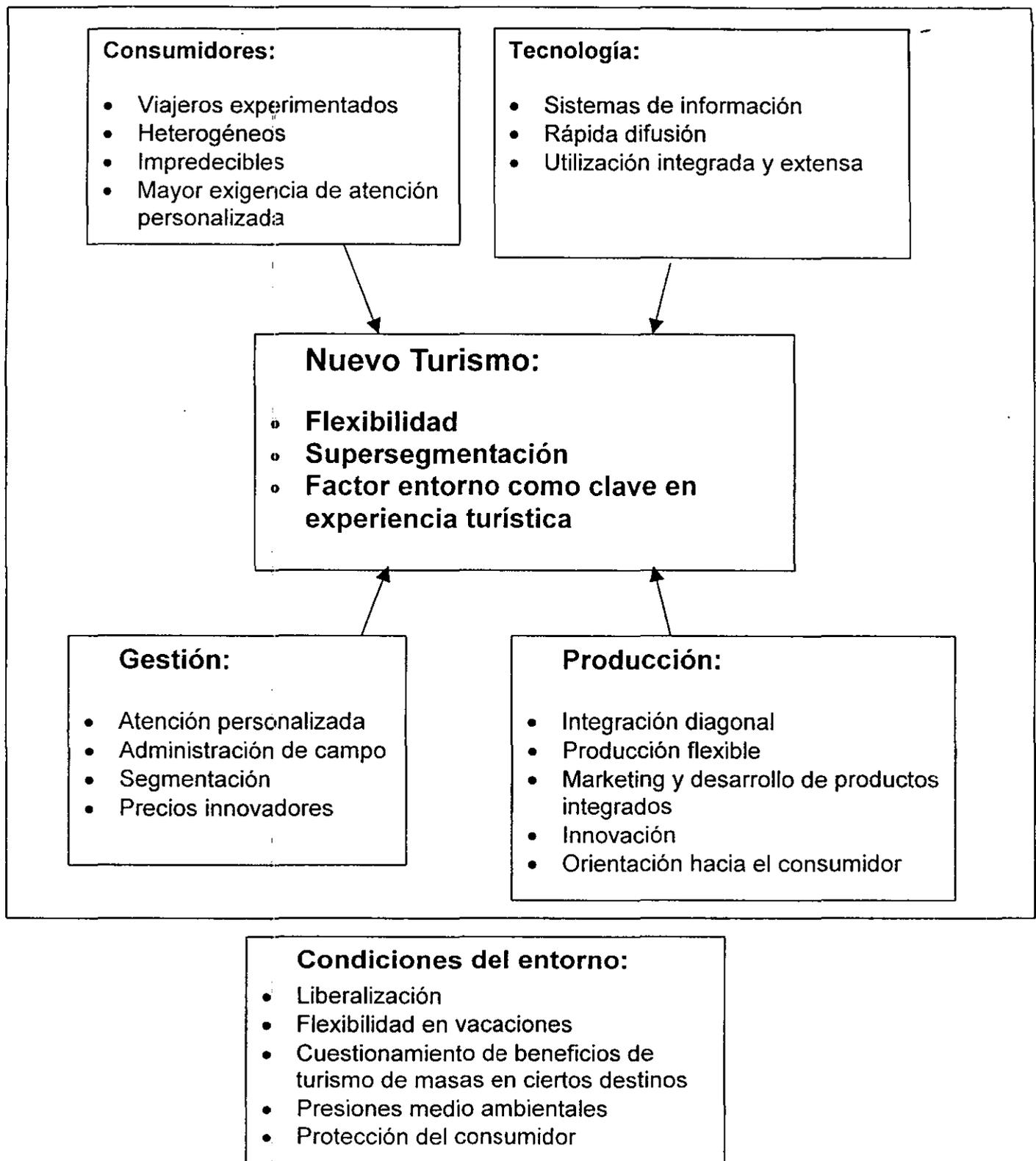
³⁷ PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo de Desarrollo del Sector Turismo 1995 –2000*, p. 12

Características del Turismo "Fordiano"³⁸



³⁸ Fayós Solá, *op. cit.*, pag. 62

Características de la Nueva Era del Turismo³⁹



³⁹ *Id.*, pag. 63

Por otra parte, el concepto de calidad ha pasado a tener una importancia cada vez mayor en el ámbito económico. Existen definiciones oficiales, técnicas y estadísticas; pero, básicamente, es el cliente quien define la calidad; esto es, el concepto de calidad actualmente gira alrededor de la satisfacción del consumidor⁴⁰.

Así, los turistas actuales se caracterizan por ser más exigentes, independientes y experimentados; buscan una oferta más diversificada y servicios de mayor calidad; vacacionan con mayor frecuencia, pero sus viajes son más cortos y los planean con menor anticipación. Para los nuevos turistas, el sol es aún necesario, pero no suficiente para satisfacer sus necesidades, pues buscan una mayor variedad de actividades.

2.5.- Indicadores turísticos

2.5.1.- Indicadores mundiales

La importancia que la actividad Turística tiene en el ámbito mundial salta a la vista con sólo contemplar dos de sus indicadores básicos: el número de viajeros internacionales y el valor de las transacciones turísticas. Durante 1997, la cantidad total de turistas que efectuaron viajes internacionales alcanzó la cifra de 612'835,000 personas, erogando un total de \$ 443'700'000,000 USD. Como se afirmó anteriormente, se espera que en el próximo siglo, el turismo será el líder del intercambio comercial mundial. Las estadísticas presentadas a continuación ilustran las tendencias globales.

Actualmente, la actividad turística ocupa el segundo lugar en el ámbito internacional, después de la industria automotriz y sobrepasando ya a la industria petrolera; entre 1992 y 1994 el crecimiento medio de los ingresos por turismo internacional superó el de las exportaciones mundiales de servicios comerciales. En ese mismo período, el gasto por turismo internacional representó el 8 % de la exportación mundial de bienes y el 31 % del total mundial de la exportación de servicios. Durante 1995 el turismo representó el 10.9 % del PIB mundial, permitiendo recabar el 11.1 % del total de impuestos pagados, lo cual ayuda a explicar parte del interés de los gobiernos por fomentarlo.

Hoy en día, la población mundial ocupada en la actividad turística asciende a 212 millones de personas y se espera que entre 1995 y 2005 creará 136 millones de nuevos empleos, lo cual representa una de cada nueve plazas de trabajo en el mundo. Por otra parte, se estima que para el año 2005 la inversión en servicios turísticos va a captar el 11.8 % de la inversión total mundial.

Entre 1980 y 1990, la industria turística creció a un ritmo promedio anual de 4.7 % y de 3.9 % anual entre 1990 y 1994. Sin embargo, el gasto promedio anual del turista internacional se ha incrementado, con la ventaja de que, de acuerdo con datos de la

⁴⁰ FAYÓS Solá, Eduardo, *Op. Cit.*, pp.62 - 63

Organización Mundial del Turismo, la actividad turística internacional se muestra poco sensible a las fluctuaciones económicas⁴¹.

2.5.2.- Datos sobre el turismo en México

Si el turismo ya representaba un papel fundamental dentro de la actividad económica nacional, a raíz de la inestabilidad en los precios internacionales del petróleo, su importancia se magnifica aún más. En 1994, la industria turística nacional contribuyó con el 9 % de la planta total de empleo, generando alrededor de 600 mil empleos directos y 1,500,000 indirectos. En 1995, en materia de generación de divisas, el turismo ocupó el tercer lugar, sólo después del petróleo y las manufacturas. Durante ese año, los ingresos recibidos por visitantes internacionales ascendieron a 6,164 millones de dólares.

No obstante, aunque el trecho por recorrer es largo aún, se puede advertir que se avanza por buen camino, pues las tasas de crecimiento del ingreso por concepto de turismo receptivo son bastante más constantes que el incremento del número de visitantes en sí, pues mientras que durante el período comprendido entre 1990 y 1997 el flujo de visitantes se incrementó a una tasa promedio de 4.8 % anual, el ingreso creció con tasas promedio anuales de 8.4 %.

Por otra parte, con la volatilidad de los precios del petróleo, el turismo se ubica desde 1998 como la segunda fuente de actividad generadora de divisas internacionales para el país, después de las manufacturas. Con toda la problemática y la inestabilidad que conlleva la producción petrolera, la actividad turística se presenta, a la par de las manufacturas, como la opción más viable para suplantar el ingreso generado por las exportaciones petroleras.

En términos de inversión, también se advierte un notable crecimiento en el sector, pues se estima que entre 1998 y el año 2000 la inversión privada en proyectos turísticos alcance los 3,856 millones de dólares, lo cual representará un incremento del 97 % frente a los 1,956.8 millones de dólares invertidos entre 1995 y 1997. Desde el punto de vista de captación de capital extranjero, también se advierte un notable salto positivo, pues las inversiones extranjeras en el sector pasaron de 194.8 millones de dólares en 1996 a 564.4 millones en 1997, registrando un incremento porcentual de casi el 190 %, con la ventaja adicional de tratarse principalmente de inversión directa y no de capital especulativo.

⁴¹ PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo de Desarrollo del Sector Turismo 1995 -2000*, pp. 6 -7

Indicadores básicos sobre el turismo en México

PERÍODO 1996 - 1997				
CONCEPTO	UNIDADES	1996	1997	VARIACIÓN %
VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO	MILES	90403.7	92915	2.8
GASTO DE VISITANTES INTERNACIONALES	MILLONES DE DÓLARES	6934.4	7593.7	9.5
PIB NACIONAL A PRECIOS DE 1993	MILLONES DE PESOS	1294152	1384824	7
VALOR AGREGADO BRUTO A PRECIOS DE 1993	MILLONES DE PESOS	1190345	1273383	7
VALOR AGREGADO BRUTO DE LA RAMA 63 (RESTAURANTES Y HOTELES)	MILLONES DE PESOS	58610	66472	13.2
PERSONAL OCUPADO A NIVEL NACIONAL	MILES DE PUESTOS	28282	29248	3.4
EMPLEOS DIRECTOS EN LA RAMA 63 (HOTELES Y RESTAURANTES)	MILES DE PUESTOS	1637	1722	5.2
OFERTA HOTELERA (CENTROS SELECCIONADOS)	HOTELES CUARTOS	9050 381522	9184 382364	1.5 0.2
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA	%	53.3	56.5	3.1
PASAJEROS EN CRUCERO	PASAJEROS	2079643	2298990	10.5
ARRIBOS	ARRIBOS	1969	2094	6.3
TURISMO MUNDIAL	MILES DE TURISTAS	596076	613078	2.9
CAPTACIÓN DE TURISTAS EN EL MUNDO	MILES DE TURISTAS	596076	613078	2.9
INGRESOS CAPTADOS POR TURISMO EN EL MUNDO	MILLONES DE DÓLARES	435789	447710	2.7

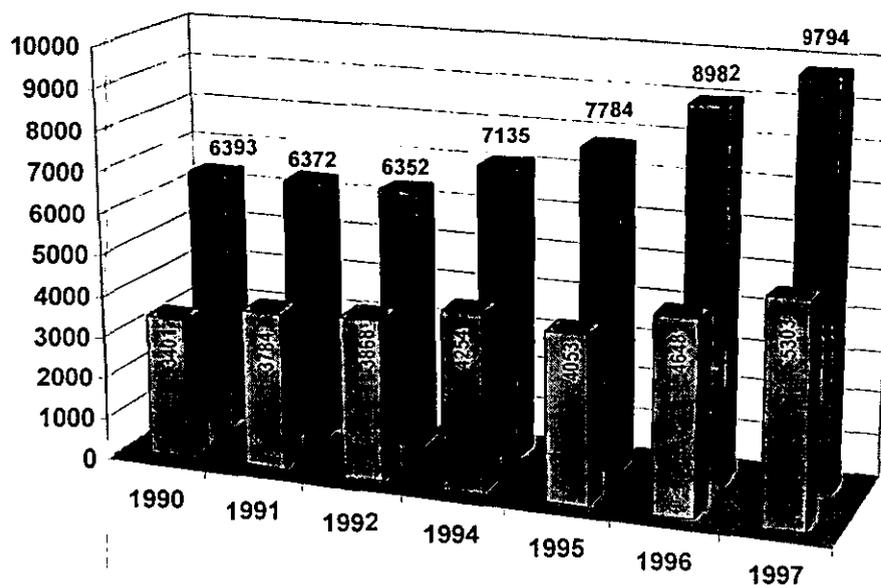
FUENTE: "Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1997", pag. 38
Subsecretaría de Desarrollo Turístico, SECTUR, México, D.F.

Evolución del turismo receptivo en México*

- PERÍODO 1990 - 1997**

AÑO	MILES DE PERSONAS		MILLONES DE DÓLARES	
	TOTAL	VARIACIÓN %	TOTAL	VARIACIÓN %
1990	6393	3.3	3401	15.1
1991	6372	- 0.3	3784	11.3
1992	6352	- 0.3	3868	2.2
1994	7135	7.7	4254	5.8
1995	7784	9.1	4053	- 4.7
1996	8982	15.4	4648	14.7
1997	9794	9	5303	14.1

EVOLUCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO EN MÉXICO
MILES DE TURISTAS Y MILLONES DE DÓLARES
PERÍODO 1990 - 1997



■ DÓLARES ■ TURISTAS

* En esta hoja, como en todas las subsiguientes, la gráfica ilustra los datos del cuadro de datos.

** Se acostumbra llamar turismo receptivo al conjunto de turistas extranjeros que adquieren un "paquete" de servicios que incluye el viaje en avión, el hospedaje, traslados del aeropuerto al hotel y viceversa, etc.

FUENTE: "Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1997", pag. 3

Subsecretaría de Desarrollo Turístico, SECTUR, México, D.F.

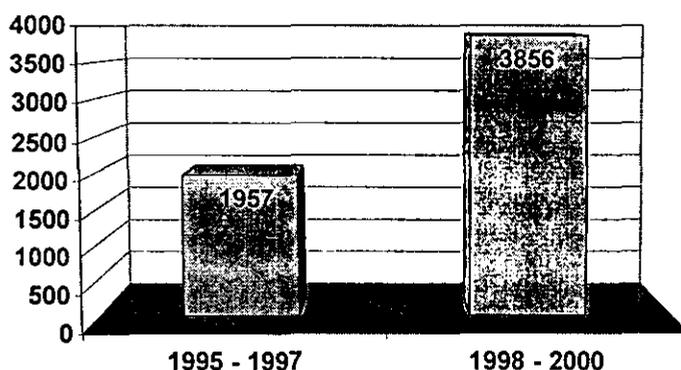
Inversión privada en el sector turismo

MÉXICO 1995 - 2000

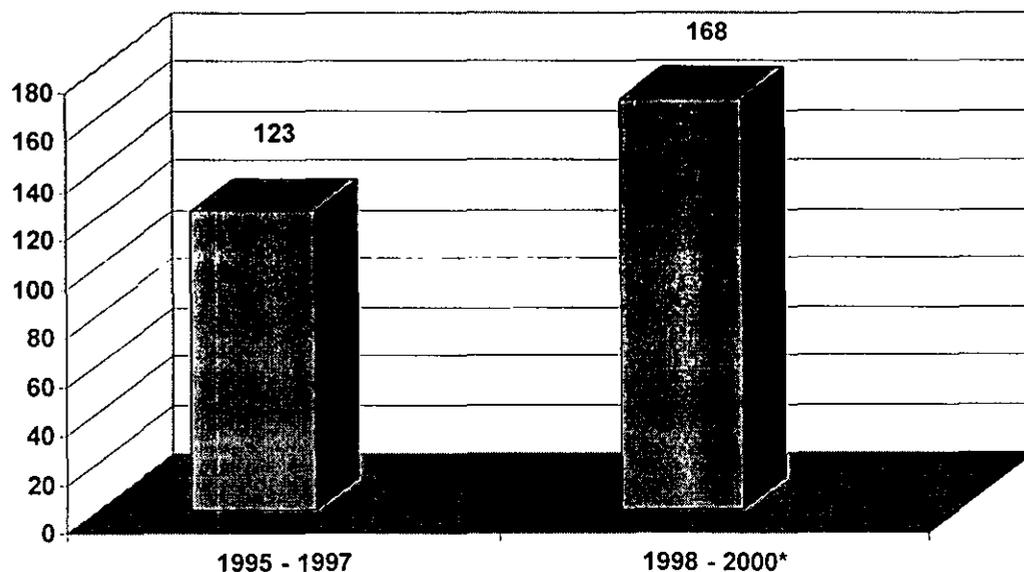
MILLONES DE DÓLARES

PERÍODO	DESARROLLADORES	PROYECTOS	INVERSIÓN
1995 - 1997	61	123	1956.8
1998 - 2000*	74	168	3,856.4

INVERSIÓN PRIVADA EN PROYECTOS TURÍSTICOS
MILLONES DE DÓLARES
PERÍODO 1995 - 2000



PROYECTOS A DESARROLLARSE
PERÍODO 1995 - 2000



FUENTE: "Estadísticas Básicas de la Actividad Turística 1997", pag. 18
Subsecretaría de Desarrollo Turístico, SECTUR, México, D.F.
* Estimado

2.6.- Políticas oficiales en materia de turismo

2.6.1.- Plan Nacional de Desarrollo 1995 - 2000

Para el sexenio correspondiente a la administración presidida por el Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, la política económica del Gobierno Federal confirió a la actividad turística un papel central para la promoción del desarrollo socioeconómico del país, en atención a la importancia que la actividad del sector reviste por su impacto en el desarrollo regional, la generación de empleo y la captación de divisas. En atención a la trascendencia de la actividad, el plan establece la necesidad de desarrollar un programa específico para el sector:

El Programa de Desarrollo del Sector Turismo reconocerá que la actividad turística es la opción más rápida y viable de desarrollo para algunas regiones del país; que el empleo turístico es de generación rápida, cuesta menos, incorpora fuerza de trabajo joven y de ambos sexos; que nuestro país tiene ventajas relativas extraordinarias por su vecindad con grandes mercados y, sobre todo por la singularidad de sus recursos⁴².

Esto implica que la implementación de carreras turísticas en la Escuela de Lenguas Extranjeras de la Universidad de Colima es coherente con los lineamientos esenciales de política económica y con las prioridades del Poder Ejecutivo Federal.

2.6.2.- Programa de Desarrollo del Sector Turismo 1995 - 2000

El documento empieza asentando la fundamental importancia que la actividad turística ha adquirido a partir de la segunda mitad del siglo XX, durante la cual pasó de ser una actividad restringida a limitados círculos socioeconómicos de elevado poder adquisitivo para convertirse en uno de los fenómenos de masas más relevantes de fin de siglo, ocasionado básicamente por el incremento en el ingreso y la disponibilidad de tiempo libre en los países más desarrollados.

En la actualidad, la actividad turística en el mundo se desarrolla con tasas de crecimiento cercanas al 4 % anual y volúmenes de turistas que superan los 500 millones de viajeros internacionales, generando movimientos de divisas en el orden de los cientos de billones de dólares. Se estima que para el año 2010 la corriente de viajeros internacionales

⁴² PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Plan Nacional de Desarrollo 1995 - 2000*, p. 170

llegará a los mil millones de turistas, por lo que se pronostica un gran auge para este tipo de actividades:

En el próximo siglo, la actividad turística será líder del intercambio comercial mundial. El desarrollo explosivo de este fenómeno ha desatado una intensa competencia internacional por la divisa representada por el gasto del turista internacional.⁴³

Estas proyecciones, a la vez que representan una gran oportunidad, conllevan la necesidad de contar con el personal capacitado para poder desempeñarse de manera competitiva en el mercado mundial, pues la falta de calidad en los servicios podría dejar a nuestra entidad simplemente como espectador de este desarrollo turístico global que se espera.

Sin embargo, además del incremento cuantitativo en la actividad, en la actualidad han surgido tendencias que muestran que el turista internacional se ha vuelto más exigente y sofisticado, presentándose segmentaciones en el mercado que manifiestan una diversificación y especialización, una mayor exigencia en cuanto a los niveles de calidad y un mayor interés por cuestiones ambientalistas y por la sustentabilidad de la actividad. En atención a lo anterior, el programa sectorial define su política genérica en los siguientes términos:

La prioridad se canaliza hacia el mejor aprovechamiento de nuestros mercados naturales, incorporando al producto tradicional de playa y sol, nuestro valioso patrimonio natural, histórico y cultural, extendiendo el beneficio de la actividad turística hacia aquellas regiones de menor desarrollo relativo en el país y en las cuales las alternativas de actividad económica productiva son escasas.⁴⁴

Las zonas de desarrollo turístico consideradas prioritarias para la administración del Dr. Ernesto Zedillo son las siguientes:

- I. **Centros turísticos integralmente planeados.** Como se mencionó anteriormente, ésta categoría está constituida por Cancún, Huatulco, Ixtapa, Loreto y Los Cabos. Están orientados al mercado internacional, tanto desde el punto de vista de la inversión como de la clientela. En términos absolutos, captan menos turistas pero más ingreso.
- II. **Centros de playa tradicionales.** Destinos portuarios como Acapulco, Cozumel, Veracruz, Mazatlán, Manzanillo, etc. Captan más turistas pero menos ingreso. La inversión turística y la clientela son básicamente nacionales.
- III. **Frontera Norte.** Destinos como Tijuana, Ciudad Juárez y Reynosa. Durante 1994 recibieron 64 millones de visitantes, pero de un solo día. Por lo general,

⁴³ PODER EJECUTIVO FEDERAL: *Programa de Desarrollo de Desarrollo del Sector Turismo 1995 -2000*, p. 1

⁴⁴ *Id.*, p. 4

presentan una imagen distorsionada y un tanto sórdida de México. Son foco de graves problemas sociales.

- IV. **Grandes ciudades.** El Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey entran en esta categoría. Emplean a gran cantidad de población y su ocupación es más estable. Atienden a personas que viajan por motivos de negocios, trámites o salud.
- V. **Centros turísticos del interior.** Su importancia es menor y la afluencia turística tiende a ser estacional. Encontramos aquí a ciudades que registran su mayor ocupación durante eventos como la Feria de San Marcos en Aguascalientes y la Guelaguetza en Oaxaca.⁴⁵

2.7.- Análisis económico y laboral del Sector Turismo en México

Un documento elaborado por una empresa de consultoría para la Dirección de Investigación del Centro de Estudios Superiores de Turismo de la Secretaría del ramo presenta un informe actualizado sobre la situación económica y laboral del sector hasta mediados del año en curso. El documento analiza la estructura ocupacional del sector y establece que la formación del personal empleado en el sector representa una de las acciones prioritarias para el futuro inmediato, ya que la calidad en los servicios turísticos se ha convertido en la variable clave para subsistir y desarrollarse en un ambiente de creciente competencia. El documento presenta información de gran relevancia para el presente trabajo.

Menciona que, de acuerdo con proyecciones efectuadas por analistas económicos, las perspectivas del turismo mundial son favorables para la próxima década. De acuerdo con las proyecciones realizadas por la OMT, se estima que el total de turistas internacionales alcanzará la cifra de 661 millones en el año 2000 y 937 millones en el año 2010, lo que significa un crecimiento anual promedio de 3.4 %.

Las perspectivas de crecimiento de la industria turística también resultan positivas para México, pues el crecimiento proyectado del turismo receptivo se ubica en 3.9 % anual, mientras que el del turismo nacional se ubica en 6.2 promedio anual.

Derivado de las proyecciones de crecimiento del número de turistas, se anticipa que el aumento de la demanda de empleo en este sector será sustantiva. Para el período 1997-2002, se prevé un crecimiento promedio del personal ocupado de 3 % anual, lo cual equivale a una generación anual neta de aproximadamente 43 mil empleos.

Por clase de actividad, las proyecciones globales de empleos directos para enfrentar la demanda turística proyectada en 1997-2002 implican un aumento de 154 mil empleados

⁴⁵ *Id.*, pp. 20 - 22

en la industria restaurantera (25 empleos promedio al año), de 30,000 mil en la hotelera (5 mil empleos en promedio al año), de 45 mil en el sector de transporte terrestre (7,500 empleos en promedio al año) y de 31 mil para el resto de los sectores en conjunto (5,200) en promedio al año.

Sectorialmente, la oferta nacional de servicios turísticos está constituida por establecimientos de hospedaje (hoteles, moteles, casa de huéspedes, condominios, etc.); establecimientos de alimentos y bebidas (restaurantes, bares, cafeterías, centros nocturnos y discotecas); agencias de viajes (mayoristas, minoristas y operadores de tours); empresas de transporte terrestre (autobuses turísticos, ferrocarriles y arrendadoras de automóviles); empresas de transporte aéreo; empresas de transporte marítimo, fluvial y lacustre; y empresas de servicios complementarios (tiendas de artesanías, balnearios, centros de convenciones y parques de diversiones) . Por el número de empleos que generan los sectores de mayor importancia son los restaurantes y bares, los hoteles y la transportación terrestre de pasajeros.

Las tendencias mundiales señalan que los servicios turísticos se han transformado, de un sistema en el que el predominio era la oferta turística, en un sistema en el que la demanda turística es la variable clave de la decisión. Al igual que otros procesos productivos, la rigidez de los sistemas dominados por la oferta han sido consistentemente sustituidas por sistemas en los que el servicio turístico ofrecido se vincula y se subordina a la demanda turística revelada, dando pie a diferentes tipos de turismo con estructuras organizacionales diferentes (turismo ecológico, turismo deportivo, turismo para la salud, turismo de convenciones, etc.).

El comportamiento anterior requiere, no sólo de trabajadores con un mayor nivel de capacitación, sino de trabajadores que cuenten con una capacitación que les permita actualizarse y adaptarse a los problemas y requerimientos de los procesos productivos modernos (tecnología y estructura organizacional) que impone la nueva dinámica de la industria turística.

De acuerdo con la encuesta nacional de empleo 1996 en la industria turística laboraron 1,348,335 trabajadores. Las ramas de actividad económica de estas industrias que más trabajadores emplean son restaurantes y bares (58.8%), transporte terrestre de pasajeros (17.5 %) y hoteles (11.7 %).

Las ocupaciones más importantes en el sector turismo son: cantineros, meseros y camareros (17.3 % del empleo de la industria turística), fonderos en establecimientos (16.1%), conductores de autobuses, camiones, camionetas y automóviles de pasajeros (11.4 %), trabajadores en la elaboración de comidas (9.9 %) y trabajadores de aseo (4.6 %).

Los niveles educativos del personal ocupado del sector turismo y su porcentaje de empleados con algún tipo de calificación, apuntan a que la industria en su conjunto requiera personal con un elevado nivel de calificación. La mayor competencia (interna y externa) entre empresas, los cambios tecnológicos y los cambios en la estructura organizacional de las empresas del ramo, sin duda elevarán la necesidad de personal con mayor nivel de calificación.

Las proyecciones de crecimiento de la industria turística la ubican como uno de los sectores más dinámicos de la economía en los próximos años, lo que incidirá en una mayor demanda por capacitación por parte de las empresas.⁴⁶

Por otra parte, este informe parece confirmar la tesis de Bonal en el sentido de que en la llamada sociedad de la información el conjunto de los empleos se subdivide en una pequeña proporción de puestos directivos para personal altamente calificado frente a una gran mayoría de puestos en el nivel operativo para personal con muy baja calificación.

⁴⁶ GRUPO GEA: *Análisis Económico y Laboral del Sector Turismo en México*, pp. 12 -17

3.- EL ESTADO DE COLIMA: ANTECEDENTES, EDUCACIÓN Y ACTIVIDAD TURÍSTICA

3.1.- Características geográficas

El Estado de Colima se localiza al Occidente de la República Mexicana, en la parte media de la costa meridional del Océano Pacífico y al sur de los volcanes Nevado y de Fuego, entre los 18 ° 41 ' 01" y los 19° 30' 45" de latitud norte y entre los 103° 29' 10" y los 104° 41' 04" de longitud oeste. Limita al norte y al nordeste con el Estado de Jalisco; al este y al sureste con el estado de Michoacán y al sur y al suroeste con el Océano Pacífico.

Colima es una de las entidades federativas con menor extensión territorial de la República Mexicana, apenas un poco mayor que Tlaxcala, Morelos y el Distrito Federal. Tiene una superficie estimada en 5,455 kilómetros cuadrados de territorio continental, más 205.5 kilómetros cuadrados de las 5 islas del Archipiélago de Revillagigedo, localizadas entre los 600 y los 1000 kilómetros al occidente del litoral. Ortográficamente, el territorio del estado forma parte de la Sierra Madre del Sur y del Eje Neovolcánico, lo cual explica su accidentada topografía.

La cumbre más alta del estado se localiza en el cráter del Volcán de Fuego de Colima, con 3,960 metros de altitud y a una distancia aproximada de 40 Km de la capital del estado. Este volcán se halla actualmente en actividad, lo cual contribuye a la sismicidad de la región, pues el estado se ubica frente a la confluencia de la placa continental, la placa del Pacífico y otra placa marina más pequeña, denominada *Placa de Cocos*.

La intensa actividad telúrica del estado obedece a los focos sísmicos submarinos de la Trinchera Mesoamericana del Océano Pacífico, localizada frente a las costas de Jalisco, Colima, Michoacán y Guerrero, que es donde se originan los grandes temblores que sacuden a la capital, al occidente y al suroeste del país. Por añadidura, el territorio estatal es atravesado por las fallas geológicas de Clarión, San Andrés y Chilpancingo.

Estas accidentadas características geológicas han determinado que la historia del estado se halle marcada por incontables sismos y macrosismos, maremotos y erupciones volcánicas, situación que se ve agravada por el hecho de que también se localiza en un área afectada por ciclones.

Los valles más importantes del Estado son el de Colima y el de Tecomán, asiento de las ciudades y municipios del mismo nombre. Ambos valles presentan un declive hacia el mar y tienen tierras sumamente fértiles, con excelentes cualidades para la agricultura, por estar constituidos con suelos sedimentarios de aluvión; aunque el Valle de Tecomán es más bien una llanura costera.

El río más importante del estado es el Armería, el cual nace en el vecino estado de Jalisco y atraviesa la entidad prácticamente por la mitad, para desembocar en Boca de Pascuales. Los otros ríos de importancia son el Coahuayana y el Marabasco, los cuales le

sirven como límite con los estados de Michoacán y Jalisco, respectivamente. Todos estos ríos y sus afluentes se hallan en la actualidad represados y estructurados en una amplia red de canales de riego, que permiten que en gran parte de la entidad se cuente con agua para la agricultura a lo largo de todo el año.

En la superficie del territorio afloran numerosos manantiales y existen varias lagunas de agua dulce, como las de *El Jabalí*, *Carrizalillos*, *Alcuzahue* y *Amela*. En la costa del estado se localizan también varias lagunas litorales, de las cuales la principal es la de Cuyutlán.

En lo que a clima se refiere, en su gran mayoría la entidad queda comprendida dentro del régimen térmico denominado *cálido subhúmedo*, con un temporal de lluvias intensas entre los meses de julio a septiembre, con la posibilidad de que se presenten ciclones y tormentas tropicales entre junio y octubre. Fuera de esta temporada, las lluvias en el estado son bastante escasas.

Existen en el estado importantes yacimientos de mineral de hierro y piedra caliza, los cuales permiten que la entidad exporte pellets, cal y cemento. También ha sido de gran trascendencia desde la época prehispánica la producción de sal común, la cual se localiza principalmente en la laguna de Cuyutlán.

El estado posee una variedad de flora de las más abundantes, bellas y ricas del país, presentando una diversidad de árboles maderables que van desde los pinos que crecen en las laderas del volcán hasta la caoba, el cedro rojo y la parota que crecen en las áreas más cálidas. Las plantas de ornato crecen también en gran cantidad, así como cactáceas y numerosas variedades de arbustos.

La fauna es también sumamente rica y variada. Entre las especies más conocidas se encuentran venados, perros, garzas, loros, iguanas, tortugas, caimanes y langostinos, por no mencionar las numerosas especies de peces y aves marinas de la costa.⁴⁷

3.2.- Desarrollo histórico del Estado de Colima

Desde la época prehispánica, las características más notables de la región de Colima son su especificidad como región socioeconómica, su aislamiento y la voluntad de sus habitantes de conservar su autonomía y el control de su territorio. Detrás de la belleza de sus paisajes y de la abundancia de sus recursos naturales, se ocultan las catástrofes y los peligros naturales que de manera regular han devastado a la región.

⁴⁷ GUZMÁN Nava, Ricardo, : *Geografía de Colima*, pp. 12 - 39

a) Época prehispánica

El nombre de Colima proviene del vocablo "Coliman", que significa "*Lugar donde domina el dios viejo o dios del fuego y conquistaron nuestros antepasados*", en una clara alusión al volcán que predomina sobre el territorio.

Las más antiguas evidencias de la existencia de la cultura prehispánica local fueron encontradas en el asentamiento denominado "*Complejo Capacha*", ubicado al norte de la ciudad de Colima. Los hallazgos están fechados entre el 2,000 y el 1,000 AC. y consisten en basamentos piramidales, cerámica rudimentaria y hachas.

Entre las actividades económicas de la población prehispánica se encontraban la cacería de la fauna local, consistente en venados, patos, tejones, armadillos, jabalís, faisanes e iguanas; la pesca en el mar, ríos y lagunas; criaban perros y guajolotes y cultivaban maíz, frijol, camote, chile, tomate, cacao, aguacate y algodón. En el mar recolectaban perlas y conchas y desde aquellos tiempos la producción de sal era muy importante. Con el tiempo llegaron a convertirse en excelentes alfareros. Sus ropas eran tejidas de algodón. Parte muy importante de su alimentación estaba constituida por las numerosas frutas de la región, entre las que se encontraban, en aquella época, chicozapote, zapotes, mameyes, anonas, pitayas y ciruelas.

Gran parte de lo que sabe de esta cultura se ha inferido a partir de las ofrendas mortuorias depositadas en las numerosas tumbas de tiro de la región, costumbre generalizada que se relaciona con el culto a los muertos o a los antepasados. Entre 650 y 1,100 DC desaparece la larga tradición del culto a los muertos y se pasa al culto a los dioses. El culto a Huehuetéotl, dios viejo o dios del fuego, se asocia con los volcanes, así como las numerosas figuras de perros *ixcuintles* se relacionan con el culto al dios náhuatl Xólotl, quien acompañaba a los hombres durante su viaje ultraterrenal. En el complejo *El Chanal*, también localizado al norte del municipio de Colima, se encontraron un juego de pelota y estatuas de Tlaloc.

Alrededor del año 1,100 de nuestra era empezaron a llegar al territorio colimense migraciones de grupos nahoas que dominaron la región, imponiendo sus costumbres y su religión. Uno de esos grupos fue el de los Tecos, que fundaron su centro político en Caxitlán, localidad cercana a la actual ciudad de Tecomán. A fuerza de defender su territorio, los Tecos adquirieron fama de ser aguerridos guerreros, como tuvieron oportunidad de comprobarlo los españoles. Desde aquella época, las tribus asentadas en Colima hubieron de derrotar a sus vecinos purépechas o tarascos, quienes intentaban someterlos. También tuvieron que sostener su soberanía frente a las tribus que intentaban transitar por sus dominios mientras emigraban desde las áridas tierras del norte hacia el corazón de Mesoamérica o al Valle de México.

No se han encontrado códigos, glifos ni jeroglíficos, ni tampoco pirámides, construcciones monumentales o efigies de grandes dioses, por lo que no se considera que tuvieran un gran sentido místico, solemne o guerrero de la vida. Las evidencias encontradas más bien muestran a un pueblo sencillo, que le gustaba disfrutar de la vida, de la familia, de

la música y de la danza; las numerosas esculturas de personas con padecimientos o deformidades físicas parecen indicar que no se deshacían de los lisiados, así como las numerosas reproducciones de animales parecen indicar un aprecio por la belleza de la naturaleza.

Hasta hace pocos años, se pensaba que las culturas de Colima eran primitivas o rudimentarias, dado que no se encontraron grandes pirámides, obras de ingeniería o esculturas; pero, últimamente, reconsiderando esta apreciación, los arqueólogos resaltan el enorme valor estético y artístico de su cerámica, la cual es actualmente considerada entre las más notables de las culturas prehispánicas, si no la más bella y depurada técnicamente. El legado de los habitantes prehispánicos constituye hoy en día parte importante de los atractivos turísticos de Colima.

b) Conquista y fundación de la Villa de Colima

De acuerdo con los historiadores, Hernán Cortés tenía un interés personal en conquistar y controlar directamente el antiguo reino de Colimán, tanto por sus riquezas naturales como por su acceso a *la Mar del Sur*. Después de un fallido intento de Cristóbal de Olid, Gonzalo de Sandoval logra consumar la conquista del territorio en la primavera de 1523

Así, de acuerdo con documentos conservados hasta hoy, durante la festividad de Santiago Apóstol, el 23 de julio de 1523, se funda la Villa de Coliman de la Nueva España. Entre el río Colima y el arroyo del Manrique se midieron a cordel los solares de las futuras casas de los pobladores, dejando, como se acostumbraba en la traza española, un cuadro central para la plaza de armas, la iglesia mayor y las casas reales. Fue el primer ayuntamiento fundado en el occidente del país y uno de los más antiguos de México.

Hernán Cortés identificó a la Villa de Colima como su enclave para futuras exploraciones y conquistas, tanto por tierra como por mar. El cumplimiento de las instrucciones de Cortés determinó que el *Gran Colima* se extendiera desde Michoacán hasta Nayarit y desde la costa hasta Zacatecas. Siete años después de su fundación, la Villa de Colima contaba con 60 pobladores españoles. Desde su costa partieron las naves que descubrirían el archipiélago de las Islas Revillagigedo, Sinaloa, Sonora, el golfo de Cortés y las Californias, así como la expedición de ida y vuelta a las Filipinas de Legazpi y Urdaneta. También se estableció un tráfico entre Colima y el Perú.

En sus orígenes, los vecinos de la Villa de Colima se dedicaron a la extracción de oro y plata, pero después de algunos logros iniciales, la explotación de los metales preciosos demostró su inviabilidad económica. Lo que sí tuvo éxito fue la ganadería de equinos y bovinos y el cultivo del cacao. La palma de coco, introducida en la región durante el siglo XVI, les proporcionaba tuba, vinagre, miel, aceite, copra, madera y techumbres, así como la única oportunidad que los colimenses alguna vez tuvieron de prosperar económicamente: el vino de coco, prohibido por las autoridades de la capital por la feroz competencia que representó para el vino español. La sal es otro de los productos que hasta esta fecha constituye uno de los principales productos de exportación de Colima.

La población indígena casi desapareció por diversas razones: los españoles los vendían, alquilaban o empleaban para la minería; también los convirtieron en bestias de carga, utilizándolos como *tamemes* y, por añadidura, fueron diezmados por las enfermedades introducidas por los españoles.

Por diversas razones, los colimenses dieron la espalda al mar y sus ensenadas fueron clausuradas para el comercio y la navegación; tampoco fueron explotadas la pesca y la extracción de perlas, ni las más grandes reservas de mineral de hierro que existe en México. Pero, a pesar de todo, para fines del siglo XVI, la Villa de Colima mostraba el aspecto de una provincia próspera.⁴⁸

c) La Colonia

Durante la segunda mitad del siglo XVIII la provincia de Colima se hallaba en una situación de desaliento, pobreza y descomposición social, perdiendo aceleradamente su territorio frente a los pobladores de Nueva Galicia y Michoacán, aparentemente porque sus propietarios, radicados en la Villa de Colima, no las atendían. La mayor parte de dichas tierras habían sido arrebatadas a los habitantes indígenas, quienes huyeron para escapar de la explotación y la tiranización por parte de los vecinos españoles. Legalmente, las tierras abandonadas por los indígenas debían convertirse en propiedad del Real Patrimonio, aunque en realidad eran usurpadas por los "españoles" de la provincia.

La corrupción de las autoridades locales había repercutido considerablemente en la reducción de las alcabalas reales, y con las enormes necesidades de recursos que la corona tenía para el sostenimiento de sus ejércitos y flotas, la ausencia de ingresos resultaba tanto más notable. Así, aprovechándose del aislamiento geográfico en que se encontraba la región, un pequeño grupo de notables en control del cabildo y la justicia fue el beneficiario de la situación. La concentración de la propiedad de la tierra, conjuntamente con un decremento en la población, disminuyó notablemente la productividad económica de la región.

Un grave golpe para la economía local fue la prohibición del vino de coco por el virrey duque de Albuquerque, a principios del siglo XVIII. Por la facilidad con que el cultivo se da en la región, constituyó un pingüe negocio para las haciendas de la provincia, tanto de españoles como de indios. La medida, de la cual los lugareños se defendieron tenazmente a través del célebre proceso jurídico conocido como "*la provança de Colima*", dejó a los colimenses sin una de sus principales fuentes de ingresos, además del sentimiento generalizado de que habían sido víctimas de una injusticia por parte de las autoridades de la capital; lo cual es comprensible, si consideramos que intereses de productores y comerciantes de vinos españoles estaban siendo seriamente afectados por el producto colimense.

⁴⁸ ROMERO de Solís, José Miguel: *Breve Historia de Colima*, pp. 20 -34

La prohibición del vino de coco es sólo un ejemplo más de una típica política colonial, arbitraria y unilateral. Esto prácticamente dejó a la producción de sal como única actividad económica de importancia para la región, especialmente a partir del auge de la minería en Guanajuato, pues se requerían grandes volúmenes de esa sustancia para el beneficio de los minerales.

Una de las iniciativas del visitador real y, posteriormente, alcalde Pérez Ponce de León, fue la construcción del *Camino Real de Colima*, al que se refiere el son considerado el himno de los colimenses, pues a pesar de que había un intenso tráfico comercial entre Colima y Guadalajara, la principal vía de comunicación conectaba con Valladolid (Morelia), ciudad que se encuentra a una distancia bastante mayor. De esta manera, el capitán esperaba reducir el aislamiento del que se habían beneficiado los notables de la Villa.

A fines del siglo XVIII la situación de la provincia empezó a mejorar. El bachiller Diego de Lazaga fue comisionado para realizar un censo que es conocido localmente como "*el padrón de Lazaga*", reportando que, en 1793, la población de la villa se compone de 7,643 habitantes, de los cuales 2,615 eran españoles, 184 castizos, 433 mestizos y 4,411 mulatos. El elevado componente de este último grupo de población pone de manifiesto la gran necesidad de adquirir esclavos negros por la desaparición de la población indígena. Por esta época, el cura Hidalgo se desempeñó como párroco de la villa de Colima, habiendo sido trasladado desde Valladolid "castigado".

Todos los visitadores, oidores y censores que visitaron la Villa de Colima a finales del siglo XVIII coincidieron en afirmar que la región producía bastante menos de lo que podía rendir, a causa de un problema considerado endémico:

(...)no conocer sus habitantes el semblante a la hambre" (pues) como bastaba alzar la mano para sustentarse, la ley del mínimo esfuerzo era la norma general. El talante de los moradores de esta región, por consiguiente, acumulaba extraordinarias dosis de desgana, y cuando ésta se ponía a prueba, estallaba la violencia, efecto de miserias atrasadas, frustraciones reprimidas, espíritu de anarquía. 'En todos aquellos parajes, se puede decir que se vive sin Dios, sin ley ni rey'. Sin duda, hombres y mujeres de la provincia de Colima mostraban claros signos de espíritus independientes y orgullosos de su propia dignidad.⁴⁹

La expedición por parte de la corona española de la Real Cédula del 4 de diciembre de 1786, la cual divide al territorio de la Nueva España en doce intendencias, como parte de las reformas borbónicas, fue un duro golpe para los colimenses. La disposición real se ejecutó en 1796, quedando la provincia de Colima supeditada a la intendencia de Guadalajara. A partir de entonces y hasta 1857, la provincia de Colima alternativamente pasó a formar parte de las intendencias, estados o departamentos de Jalisco o Michoacán, así como a ser controlado directamente desde el centro como territorio federal, con breves interludios de autonomía, conforme cambiaban los diversos bandos, ideologías y políticas administrativas del poder central, todo lo cual repercutió en el surgimiento de un acendrado anhelo por la autodeterminación por parte de los colimenses.

⁴⁹ *Id.*, pp. 66 - 67

Fue a partir de esta etapa cuando los colimenses empezaron a tomar conciencia del valor estratégico del puerto de Manzanillo, el cual se abría, clausuraba o restringía de acuerdo con la conveniencia política del grupo en el poder central.

Es oportuno mencionar aquí que, por su ubicación geográfica, a lo largo de toda su historia el territorio ha sido víctima de innumerables terremotos, maremotos, huracanes, erupciones volcánicas y epidemias, los cuales han afectado de muchas maneras al desarrollo de la región, pues todos estos fenómenos han ocasionado numerosas pérdidas en vidas humanas, infraestructura, viviendas y construcciones, ranchos, huertas y bienes económicos en general. El alacranismo, la tifoidea y la lepra son males endémicos que se encargaron de mantener baja la densidad poblacional hasta después de la segunda mitad del siglo XX.

d) México independiente

A partir de 1810 los colimenses han visto entrar y salir por el Camino Real a las diversas ideologías, políticas y facciones participantes en las grandes conflagraciones de la historia de México.

Los colimenses apoyaron al bando liberal durante la guerra de Reforma porque esta facción les restituía la autonomía como entidad federativa que habían perdido como consecuencia de las reformas borbónicas y, posteriormente, de las políticas centralistas de los conservadores en el poder.

Desde 1860, por el puerto de Manzanillo se empezaron a exportar grandes volúmenes de productos colimenses a Europa y Estados Unidos. Se exportaba algodón, café, arroz, azúcar, frutas tropicales y aceites vegetales, mientras que se importaba ferretería, telas, maquinaria agrícola, vinos, embutidos y medicinas.

Con la apertura del puerto, durante el porfiriato, se establecieron en Colima colonias de extranjeros, entre las que destacaron la alemana y la norteamericana, las cuales llegaron a tener tal relevancia que se establecieron consulados de Alemania y Estados Unidos en la entidad. Los alemanes se dedicaron principalmente al comercio, el café y la industria textil, para posteriormente arraigarse y extenderse a otros ámbitos de la agricultura. Hasta la fecha existe una gran cantidad de personas con apellidos alemanes descendientes de estos inmigrantes.

Entre 1880 y 1889 ocurrieron en la entidad numerosos acontecimientos: se introdujo la instrucción pública; se constituyó el obispado; el ferrocarril inició sus recorridos, después de mil penurias; se presentó la epidemia de fiebre amarilla, cobrando miles de vidas; la hacienda pública se hallaba en quiebra; el comercio a través de Manzanillo se redujo por la apertura de

otras líneas ferroviarias en el país. Políticamente, sin embargo, lo más importante para Colima fue la renuncia definitiva a su autonomía secular, frente a la sumisión al poder central:

El año de 1880 es en Colima el año de la irrupción del poder central y centralizador que marca con el hierro de la dependencia a Colima y sus propios intereses, al proyecto de nación que está en juego. Quizá en este sentido el estado libre y soberano de Colima pierde su libertad y soberanía. El caciquismo hogareño se fortifica como instrumento del poder central y se hace mediador entre éste y la sociedad civil, jugando una doble carta: apoya el proyecto nacional y se sirve de él para legitimarse políticamente. Esta legitimidad política le convierte en representante único de la legalidad y, en virtud de ella, actúa, se enriquece, se perpetúa.⁵⁰

El siglo XX arrancó en Colima con cierto bienestar socioeconómico y promesas de prosperidad. En lo económico, la conexión de Colima con la línea ferroviaria nacional representó la pérdida de un amplio sector industrial y artesanal que no pudo contra la competencia exterior. En lo social, parte importante de los comerciantes e industriales del estado invirtieron en tierras, pasando a formar parte de los productores rurales.

Gracias a la riqueza de sus recursos naturales, en Colima no se vivió el porfiriato en condiciones tan desesperadas y miserables como en otros lugares del país. Y, si bien la mayor parte de la tierra cultivable formaba parte de las haciendas, la propiedad agraria estaba bastante menos concentrada que en otras regiones de México: en 1910 en Colima se catalogaban como haciendas sólo 43 propiedades y 294 aparecían como ranchos, con menos de 100 hectáreas.

e) El siglo XX

En realidad los colimenses no participaron en la lucha revolucionaria porque sus reivindicaciones les resultaban ajenas. No se presentaban en la entidad las características de concentración de la tierra, explotación y miseria que encendieron la mecha en otras regiones del país, ni los colimenses se caracterizaban por sus ideas democráticas o de avanzada. El territorio más bien fue utilizado como campo de batalla entre las diversas facciones en pugna.

El general obregonista de origen sinaloense Juan José Ríos imprimió una huella profunda en la sociedad colimense por su determinación para aplicar de manera decidida las políticas institucionales de los constitucionalistas. Gobernó la entidad entre 1914 y 1917. En 1916 realizó el primer reparto agrario en el estado, distribuyendo 5,912 hectáreas entre 716 campesinos de las localidades de Suchitlán, Tepames y Cuauhtémoc. Entre las acciones más destacadas de su administración se encuentran la organización de todos los gremios de trabajadores imaginables: organizó a los tuberos, los alijadores, los salineros, los aguadores y a todos los que pudo, sentando las bases para la corporativización de la sociedad.

⁵⁰ *Id.*, p. 167

La revolución mexicana fue para los colimenses un acontecimiento que irrumpió violentamente desde el exterior; en cambio, la cristiada fue un movimiento que sí arraigó fuertemente en la población local.

La Constitución de 1917 contenía normas que limitaban las actividades religiosas, con lo cual el Estado de la revolución intentaba mantener al clero bajo control. Para Calles, las organizaciones laicas de la iglesia, como las diversas ligas, asociaciones y sindicatos que promovía, significaban que la Mitra intentaba oponer su proyecto de país al proyecto modernizador del estado de la revolución. El 24 de marzo de 1926 se publicó el decreto 126, el cual limitaba a 20 el número de sacerdotes en el estado y exigía a los sacerdotes su registro en las oficinas municipales, así como su "*boleta de licencia*". Se publicó un manifiesto en el cual el pueblo colimense se decía agraviado.

No es irrelevante el hecho de que los colimenses hayan participado tan activamente en la cristiada, como tampoco lo es el hecho de que una delegación se haya trasladado hasta la Santa Sede para gestionar un obispado e intentar recuperar, a través de la diócesis, territorios adyacentes que perdieron frente a las entidades vecinas desde el punto de vista político - administrativo. También resulta notable que desde el siglo pasado hayan contado con un seminario conciliar, mucho antes de que existieran en el estado una universidad o una escuela normal.

Anticipándose a los acontecimientos en todo el país, el 7 de abril el obispo de Colima ordenó la suspensión de cultos. Desde la localidad de Cuauhtémoc, la Liga Nacional de Defensa de la Libertad Religiosa inició un boicot que prácticamente paralizó a la entidad. Temiendo por la estabilidad económica del estado, el gobernador intentó negociar con el clero, pero este solicitó la revocación del decreto 126, por lo que no se llegó a ningún acuerdo.

Los combates se iniciaron en las faldas del volcán, el cual desde entonces sería el principal reducto de la cristiada. De Jalisco y de Colima partieron destacamentos militares, con la participación directa del Secretario de Guerra, Gral. Joaquín Amaro y de los hermanos Manuel y Maximino Ávila Camacho. Generales y sacerdotes resultaron muertos en la refriega. Para mediados de 1927 existían tres regimientos cristeros en Colima y uno en Jalisco, con efectivos que iban de 1,500 a 2,000 hombres, dominando las tierras altas aledañas al volcán y al Cerro Grande, así como territorios limítrofes de Michoacán, por los rumbos de Coahuayana y Coalcomán.

La tropa cristera estaba compuesta por hombres entre los 20 y los 40 años, medieros, rancheros, parvifundistas, peones de haciendas, salineros y seminaristas, constituyendo un "*ejército de huarachudos*" que manifestó una extraordinaria capacidad de resistencia. Este ejército de lugareños entraba y salía de los pueblos y de la capital con la complicidad de los vecinos, cometiendo actos de sabotaje, cortando la luz y descarrilando trenes.

La última fase del conflicto tuvo lugar durante la primera mitad de 1929. Ante el incremento de tropas federales, los cristeros optaron por la estrategia de guerrillas, atacando sorpresivamente pequeños destacamentos y saboteando las vías del ferrocarril, así como el tendido de teléfonos, telégrafos y electricidad. Operaban desde una extensa red de

campamentos instalados en cerros, bosques y barrancas. Las rebeliones de Manzo y Escobar en el norte y un temporal particularmente abundante permitieron que los guerrilleros se consolidaran en las zonas rurales, llegando incluso a organizar ayuntamientos en los pueblos.⁵¹

De repente, la guerra terminó: el 21 de junio de 1929 se dieron a conocer los acuerdos entre el presidente Emilio Portes Gil y el arzobispo primado de México. De inmediato el obispo José Amador Velasco reanudó el culto en el estado y los guerrilleros tuvieron que entregar las armas, aunque muchos de ellos se mostraron reacios a rendirse de inmediato, por lo que el jefe de operaciones del ejército federal, general Heliodoro Charis, tuvo que mostrarse conciliador y dar muestras de buena voluntad. Con la colaboración del presbítero Enrique de Jesús Ochoa, el general Charis por fin pudo convencer a los rebeldes, por lo que la campaña se consideró oficialmente terminada el 31 de julio de 1929.

Si bien la actividad económica del estado se vio bastante dañada por los movimientos políticos y militares de la revolución y la cristiada, las consecuencias no fueron tan catastróficas como en otros estados del país. Colima continuó atrayendo población e importando trabajadores para las labores agrícolas. Durante el régimen de Lázaro Cárdenas, la reforma agraria fue el eje de la política estatal, como sucedió en casi todo el país.

El 15 de abril de 1941 la ciudad de Colima se vio sacudida por un macro sismo que prácticamente arrasó con la capital del estado. Las comunicaciones por ferrocarril, teléfono y telégrafo quedaron interrumpidas, así como los servicios de electricidad y agua potable. La mayor parte de los edificios quedaron afectados; casi todos los templos quedaron reducidos a escombros.

El 23 de abril, al reanudarse la comunicación por ferrocarril, el presidente Manuel Ávila Camacho llegó a Colima y de inmediato procedió a recorrer a pie las calles de la ciudad destruida. Entre las primeras medidas que adoptó fue ordenar al Banco Nacional la entrega de 300,000 pesos para la reconstrucción de la ciudad, de los cuales 100,000 pasaron al gobierno del estado y 200,000 al comité pro-damnificados, girando asimismo instrucciones para reanudar los servicios y las vías de comunicación. La visita oportuna del presidente Ávila Camacho significó para los colimenses la reconciliación con el centro y el momento que marca su reconstrucción e incorporación al México moderno.

El sexenio del gobernador Manuel Gudiño Díaz (1943 - 1949) señaló el ingreso del Estado de Colima en la modernidad. De 112,321 habitantes que la entidad tenía en 1950 pasó a 428,510 en 1990, lo cual significa que en 50 años la población estatal se quintuplicó. Esto obedece a diversos factores: disminución de la tasa de mortalidad, elevación del promedio de vida y, notablemente, una intensa inmigración: alrededor de una tercera parte de los habitantes no son nacidos en el estado. Surge una clase política local "*especializada*", en tanto que el resto de la ciudadanía se dedicaba a sus negocios particulares.

Durante la administración del General González Lugo, impuesto directamente desde el centro, se dio un conflicto de poderes entre el gobierno del estado, la legislatura estatal y los

⁵¹ MEYER, Jean: *La cristiada en Colima*, pp. 152 - 165

ayuntamientos. Entre las causas de este enfrentamiento estuvo la imposición centralista del gobernador, el intento que éste realiza para incrementar los impuestos, el movimiento por la candidatura del Gral. Miguel Henríquez Guzmán y el intento del grupo político del gobernador anterior por continuar manejando la política estatal a partir de las posiciones ocupadas en el congreso local y en los ayuntamientos. El legislativo trató de "derrocar" a González Lugo con la promulgación de decretos declarando gobernador al presidente del congreso, pero la intervención del centro evitó la caída del general⁵².

La década de los cincuentas también se caracterizó por el impulso a la economía estatal logrado a partir de la apertura del Valle de Tecomán a la agricultura, el cual creció hasta constituirse en el emporio agrícola que es hoy y uno de los más productivos del país. Otro acontecimiento de gran importancia la apertura de las carreteras Jiquilpan - Colima - Manzanillo, Manzanillo - Cerro de Ortega y Manzanillo - Minatitlán, primeras vías de comunicación asfaltadas que se construyeron en el estado.

La década de los sesentas se caracterizó por el intenso desarrollo de la agroindustria, la apertura de la carretera de "vía corta" a Guadalajara y el inicio de la visualización de los grandes proyectos de desarrollo para el estado, como los proyectos portuarios, mineros y turísticos.

Desde 1960 a la fecha, la economía estatal ha registrado una intensa "terciarización": el sector agropecuario pasó de aportar el 43 % del PIB en 1960 al 17 % en 1985, mientras que el comercio y los servicios crecieron de un 43 % del PIB en 1960 a un 52 % en 1980. En la década de los ochentas, el sector agropecuario de la entidad dejó de ser el proveedor de la despensa estatal para orientarse al mercado de exportación.

Pablo Silva García, gobernador entre 1967 y 1973, gozó de paz y tranquilidad durante su mandato, aunque su sucesor, Arturo Noriega Pizano, hubo de enfrentarse a un grupo político emergente que logró posicionarse y consolidarse en el mercado político local: el de la Universidad de Colima. Entre Silva García y Noriega Pizano estuvo Antonio Barbosa Heldt, gobernador electo, quien se suicidó antes de tomar posesión de su puesto por motivos que hasta la fecha son un misterio, a pesar de que oficialmente se informó que padecía de un cáncer avanzado. Fue sustituido por el Dr. Leonel Ramírez García, respetado por todos los colimenses, quien fungió como gobernador interino entre 1973 y 1974.

A principios de la década de los ochentas el ritmo de crecimiento económico del estado empezó a decrecer, en vista de lo cual el presidente Miguel de la Madrid Hurtado, originario de Colima, con la colaboración del aquel entonces secretario de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas de Gortari, implementó el *Plan Colima*. El plan consistió básicamente en dotar de infraestructura al Estado, entre cuyos aspectos más destacados se encuentran las autopistas de 4 carriles, el apoyo al desarrollo portuario y aeroportuario y el plan de desarrollo urbano de Manzanillo.

⁵² SERRANO Alvarez, Pablo: *La búsqueda de la modernidad y el regionalismo*, Historia General de Colima, pp. 38 - 45

Los últimos tiempos han representado luz y sombra para la población colimense: la apertura del mercado nacional a los productos extranjeros a partir de la firma del Tratado de Libre Comercio para América del Norte afectó profundamente a los productores agrícolas colimenses. Gran parte de las inversiones públicas y privadas se han canalizado a Manzanillo, puerto que muestra los marcados contrastes sociales entre miseria y opulencia. El municipio de Minatitlán, primer lugar en producción de mineral de hierro en el país, es uno de los municipios más pobres del estado.

Por otra parte, el capital foráneo ha sido bastante más agresivo que el local, por lo que los empresarios locales se han visto desplazados por empresas nacionales y extranjeras. Sin embargo, en un estado pequeño, rico en recursos naturales y sin problemas sociales, la inversión se nota; aunque por su tendencia a la vinculación con los mercados nacionales e internacionales, la autonomía y el estilo de vida colimense, surgido a partir de la marginalidad, tiende a desaparecer.

Para el período 1979 - 1985, a Noriega Pizano le sucedió el primer gobernador del sexo femenino del país, la Lic. Griselda Alvarez Ponce de León, bisnieta del primer gobernador del estado, el liberal Miguel Alvarez e hija de Miguel Alvarez García, "*El Capacha*", gobernador del estado en el período 1919 - 1923, lo cual ilustra una de las principales características de la sociedad colimense como sociedad tradicional. Evidentemente, por ser la primera mujer gobernadora de los regímenes emanados de la revolución mexicana, recibió todo el apoyo del gobierno federal. Sin embargo, la elección de la primera gobernadora del país llevó la mancha de la violación de la constitución estatal, pues la gobernadora nació en la ciudad de Guadalajara, mientras que la Constitución del estado de Colima establece claramente que el gobernador del estado debe ser colimense por *nacimiento*.

A la gobernadora Alvarez le sucedió el ex - presidente municipal de Manzanillo, Elías Zamora Verduzco, seleccionado para el puesto desde el centro para el período 1985 - 1991, quien se caracterizó por el fomento a los negocios privados, entre otros, los suyos propios, pues hoy en día aparece como uno de los principales capitalistas de la entidad, aunque no es mal visto por los colimenses, puesto que si bien hizo pingües negocios, también permitió que muchos otros los hicieran. Durante su período la actividad económica local registró un crecimiento sostenido.

No puede decirse lo mismo de su sucesor, Carlos de la Madrid Virgen, emparentado con el gobernador porfirista Enrique O. de la Madrid y el presidente Miguel de la Madrid, pues inició su administración con el pie izquierdo. En su afán por sacudirse las imposiciones del centro, el PRI estatal organizó una elección de precandidatos para rechazar a la colimense Socorro Díaz Palacios, quien es originaria de Coquimatlán, pero hizo su carrera política en la capital, siendo la elegida por Salinas de Gortari.

Los colimenses tuvieron el gobernador que quisieron, sólo que éste no contó con el apoyo del gobierno federal, con el resultado de que tanto gobierno estatal como los municipales languidecieron por la falta de presupuesto, con el consiguiente desencanto de los colimenses, quienes catalogaron al gobernador de tibio y pusilánime. También se comentó entre los círculos locales que, a diferencia de su antecesor, el gobernador de la

Madrid, a pesar de la austeridad y la recesión que caracterizó a su administración, si logró promover sus negocios privados.

Un aspecto relevante que conviene resaltar es el aspecto educativo. Prácticamente hasta finales de la década de los setentas, las únicas carreras que se podían cursar en el estado eran teología, derecho, contabilidad y maestro normalista. Esta situación vino a incidir profundamente en la idiosincrasia de los colimenses, pues desarrollaron una mentalidad marcadamente burocrática, que son incapaces de percibir en sí mismos. Hasta la fecha, las carreras de las áreas de ciencias de la educación, ciencias sociales y administrativas concentran más del 70 % de la matrícula de la educación superior estatal. Curiosamente, a pesar de que hoy en día la oferta educativa del estado se encuentra ampliamente diversificada, los estudiantes siguen recurriendo a esas opciones académicas.

3.3.- Población

El Estado de Colima se encuentra dividido en 10 municipios que presentan las siguientes características:

Superficie, altitud y precipitación de los municipios de Colima⁵³

Nº	NOMBRE	ÁREA (km2)	ALTURA S.N.M. (mts.)	PRECIPITACIÓN PLUVIAL MEDIA (mm)
1	Armería	342	35	830
2	Colima	668	458	900
3	Comala	254	680	886
4	Coquimatlán	320	310	786
5	Cuauhtémoc	373	715	1,136
6	Ixtlahuacán	469	186	816
7	Manzanillo	1,578	6	1,037
8	Minatitlán	215	756	1,764
9	Tecomán	808	35	788
10	Villa de Alvarez	428	510	891

⁵³ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA: *Perfil sociodemográfico del Estado de Colima*, pag. 7

De acuerdo con la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, al 5 de noviembre de 1995 la población total de la entidad era de 488,028 habitantes, cantidad superior en 13.9 % a la registrada en 1990, lo cual arroja una tasa de crecimiento promedio anual de 2.3 %, misma que resulta ligeramente inferior a la media nacional y a la registrada en el período 1970 - 1990.

Casi un 66 % de la población estatal se concentra en los municipios de Colima, Tecomán y Manzanillo, también encontrándose éstos dos últimos entre los que mayor tasa de crecimiento registran en la entidad. El 50.25 % de la población es de sexo femenino y se puede afirmar que la población es joven, pues el 63 % de la población tiene menos de 30 años, mientras que sólo el 4.8 % tiene más de 65 años.

Población de los municipios de Colima en 1995⁵⁴

MUNICIPIO	POBLACIÓN	%	CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL
Armería	28,015	7.74	0.15
Colima	120,781	24.75	0.64
Comala	17,601	3.61	0.71
Coquimatlán	16,939	3.47	0.99
Cuauhtémoc	25,462	5.22	0.71
Ixtlahuacán	4,989	1.02	- 0.87
Manzanillo	108,584	22.25	2.81
Minatitlán	8,321	1.71	0.28
Tecomán	91,036	18.65	1.71
Villa de Alvarez	66,300	13.58	10.43
TOTAL:	488,028	100.00	2.33

Aproximadamente el 27 % de la población estatal que reside en el estado nació en otra entidad del país, lo cual demográficamente se compensa si consideramos que también una gran proporción de personas nacidas en el estado se traslada a otras ciudades del país o al extranjero, especialmente a las ciudades de Guadalajara, México y los Estados Unidos de América.

En lo relativo a la proporción de población indígena en la entidad, esta sólo representa el 0.37 % del total de la población del estado, con 1,599 individuos, lo cual no resulta significativo. Por otra parte, la mayoría de estos individuos no son originarios de Colima, sino que han emigrado de otras regiones, especialmente de Guerrero y Michoacán⁵⁵.

⁵⁴ *Id.* pag. 17

⁵⁵ *Id.* pag. 21

3.4.- Actividad económica

A pesar de ser una de las entidades más pequeñas de la República Mexicana, el estado de Colima siempre se ha destacado por la gran diversidad y abundancia de sus recursos naturales: cuenta con ríos y agua para riego, minerales, excelentes tierras para la agricultura, bosques, clima constante y una línea costera que le permite realizar actividades turísticas y pesqueras, así como comercio con ultramar.

Las características más importantes del desarrollo socioeconómico del estado de Colima durante los últimos 50 años pueden resumirse en los siguientes puntos:

- La migración creciente de la población rural a los principales núcleos de población: Colima, Villa de Alvarez, Tecomán y Manzanillo.
- El desarrollo lento, pero constante, de una clase media que desafortunadamente ha venido mucho a menos, especialmente a raíz de la implantación de las políticas económicas neoliberales.
- La expansión agrícola y, últimamente, agroindustrial, del valle de Tecomán, lograda a base del riego y la tecnificación de cultivos frutales.
- El incremento en el cultivo de la caña de azúcar en los municipios del norte del estado (Colima, Villa de Alvarez, Coquimatlán, Comala y Cuauhtémoc) para aprovisionar al ingenio de Quesería
- Los intentos por racionalizar la captura y comercialización del atún a través de la empresa franco - mexicana *Pescado de Colima*, que produce el atún "*Tuny*".
- El auge minero del estado con las instalaciones de Peña Colorada en Minatitlán, Tapeixtles en Manzanillo y Alzada en Cuauhtemoc, con una producción de *pelets* de mineral de hierro que equivale al 40 % del total del país.
- Las considerables inversiones canalizadas al sector turismo.
- La puesta en marcha de la planta termoeléctrica "*Gral. Manuel Alvarez*" en Manzanillo.
- El desarrollo de la infraestructura portuaria de Manzanillo y su conexión por autopista con las principales ciudades del país para convertirlo en el puerto más importante del país en el Pacífico.
- La construcción de los aeropuertos de Manzanillo y Colima, internacional y nacional, respectivamente.
- El desplazamiento de los comerciantes locales por empresas con operaciones en el ámbito nacional como Soriana, Aurrerá, Comercial Mexicana, Ley y Sears.

El Estado de Colima cuenta con una excelente estructura de comunicaciones y transportes. La autopista Colima - Guadalajara - Manzanillo es una vía de gran importancia estratégica, económica, turística y comercial, pues comunica a la ciudad de Guadalajara, el Bajío y el centro del país con el puerto de altura más importante del Pacífico Mexicano, el cual, a su vez, es el principal acceso hacia los 47 países localizados en la Cuenca del Pacífico. El ferrocarril Manzanillo - Guadalajara cuenta con 192 kilómetros de vías férreas en la entidad. Existen dos aeropuertos: el de Buenavista, municipio de Cuauhtemoc, es nacional

y se localiza en la parte alta del Estado; mientras que el de Playa de Oro, localizado en el municipio de Manzanillo, es internacional.

En donde sí destaca Colima es en la cobertura de los servicios públicos: con un 96 % de cobertura en electrificación, un 95 % en agua potable y un 92 % en drenaje y alcantarillado, sólo se le aproximan Sonora y Baja California Norte entre los estados de la cuenca, con un segundo y tercer lugar, respectivamente; a diferencia de Guerrero, Chiapas y Oaxaca, que, como en casi todos los indicadores, marchan a la zaga del resto de los estados de la costa del Pacífico.

Esta es una de las razones que nos permiten explicar por qué Colima, a pesar de su pequeñez y medianía, es un estado que atrae población: aunque no lo muestren las estadísticas, el estado cuenta con una excelente infraestructura de servicios públicos, comunicaciones, transporte, salud y educación. Si bien su tasa de desempleo es elevada y su PIB no resulta en absoluto extraordinario, históricamente la región se ha caracterizado por contar con una sociedad integrada y porque, gracias a la feracidad de su suelo, en esta zona nunca se ha conocido el hambre.⁵⁶

3.5.- Política turística estatal

El recurso turístico que tradicionalmente se ha considerado más importante para el estado de Colima son sus playas, las cuales presentan la ventaja de que sus aguas son por lo general muy tibias y bañadas abundantemente de sol durante la mayor parte del año.

Sin embargo, su importancia y valor se han exagerado en detrimento de otros atractivos y elementos que deben considerarse como parte de la oferta turística de la entidad. De hecho, la mayoría de las playas que merece la pena incluir dentro de la oferta turística se localiza en el municipio de Manzanillo, pues las playas de los municipios de Tecomán y Armería presentan la desventaja de ser demasiado peligrosas, por la fuerza de su oleaje y sus corrientes, ya que se ubican en pleno mar abierto, además de que sus arenas son demasiado oscuras para considerarse estéticas.

Hasta hace muy poco tiempo, los colimenses pusieron toda su esperanza en sus playas, sin preocuparse por desarrollar otros componentes de la oferta turística que en la actualidad son considerados como requisitos en el ámbito del turismo internacional. Así, no se preocuparon por mejorar la calidad de los servicios que proporcionan; no se hicieron esfuerzos por desarrollar atractivos alternativos y complementarios; no se buscó desarrollar la gastronomía, ni capacitar a los empleados de las empresas turísticas para proporcionar una mejor atención al turista. Tampoco se propuso mejorar la imagen, la infraestructura y la calidad de los servicios públicos en Manzanillo.

⁵⁶ ROMERO de Solís, *op. cit.*, pp. 192 - 208

Tampoco se valoraron suficientemente recursos turísticos como los diversos cuerpos de agua dulce que abundan en el territorio estatal, como las lagunas, ríos y manantiales, los cuales eufemísticamente se pretendió destinarlos a un erróneamente llamado "turismo social". No se han explotado metódicamente importantes recursos turísticos como son el Parque Nacional del Volcán de Colima y la Reserva Ecológica de la Biosfera de la Sierra de Manantlán.

Los bellísimos ecosistemas de los esteros fueron utilizados para almacenar agua para la agricultura o para arrojar aguas provenientes del drenaje de parcelas agrícolas. A nadie se le ocurrió rescatar los cascos de las antiguas haciendas para convertirlos en paradores y museos. Hasta hace muy poco tiempo se comprendió que la valiosa herencia conformada por la historia y la producción plástica colimense constituyen en sí un atractivo turístico.

Muy pocas personas saben que los hoteles de la capital del estado con frecuencia resultan insuficientes para satisfacer la demanda de cuartos y que los funcionarios, hombres de negocios, académicos, investigadores y agentes de ventas que con regularidad llenan los hoteles, también pueden ser considerados como turistas, actuales y potenciales. Hasta esta fecha, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Colima no ha comprendido la importancia que puede tener para la capital estatal la construcción de una simple caseta de información turística.

En otras palabras, hasta esta fecha, en el estado de Colima, la visualización y la comprensión de lo que es el fenómeno turístico a fines del siglo XX y principios del XXI es sumamente limitada.

a) Antecedentes históricos

Una de las razones que más sencillamente explican el surgimiento de la actividad turística en Colima estriba en que tiene la playa más cercana a la ciudad de Guadalajara. Específicamente, Cuyutlán es el balneario más antiguo del que se tienen referencias escritas. A fines del siglo XIX, el educador colimense Gregorio Torres Quintero lo menciona en sus narraciones costumbristas de la época. Por otra parte, también se tienen noticias de que, desde el gobierno central, Plutarco Elías Calles dio instrucciones de que se fomentara la actividad turística en el estado a partir de ese balneario, el cual incluso visitó, existiendo evidencias fotográficas en las que aparece luciendo su atuendo playero, acompañado de Pascual Ortiz Rubio, presidente en funciones.⁵⁷

En el pasado reciente, entre las primeras referencias que se tienen de la realización de actividades turísticas organizadas de manera sistemática y deliberada en el estado de Colima, destacan las actividades de un conocido personaje local⁵⁸, quien durante la década

⁵⁷ GUTIÉRREZ Grajeda, Blanca E.: *Las caras del poder. Conflicto y Sociedad en Colima, 1893 – 1950*, p. 369

⁵⁸ Se trata del pintoresco empresario local Carlos Ceballos, actualmente octogenario juez del Registro Civil del Ayuntamiento de Colima.

de los años veinte organizó exitosamente las primeras excursiones tipo "charter" de que se tiene noticia en nuestra entidad, trasladando por ferrocarril numerosos grupos de excursionistas, desde las ciudades de Guadalajara y Colima a las playas de Cuyutlán, el balneario de moda en la región durante aquella época.

Este mismo notable emprendedor del turismo incursionó también en la hotelería, construyendo establecimientos de hospedaje que aún operan con su nombre, tanto en aquel balneario como en la capital del estado. Es importante destacar que, el desplazamiento de tan numerosos contingentes de vacacionistas y la integración que logró en la prestación de los servicios turísticos, organizándolos en la modalidad de paquetes y "charters", pueden ser calificados como vanguardistas y revolucionarios, especialmente si se considera la época y la región en que tuvieron lugar.

También se puede afirmar que este promotor fue uno de los pioneros en la apertura de flujos de turismo de la ciudad de Guadalajara a las costas de Colima, sentando las bases para el establecimiento de uno de los principales nichos de clientela de nuestras playas.

Con el paso de los años, especialmente después del maremoto que arrasó el poblado en junio de 1932, Cuyutlán pasó de moda, cediendo el sitio de preeminencia al balneario de Santiago, donde hoteleros del puerto de Manzanillo tomaron la estafeta del desarrollo turístico del estado.

Sin embargo, algo sucedió que impidió que la población local conservara la iniciativa y el control de los principales recursos turísticos de la entidad. A partir de la década de los setentas, empezaron a llegar al municipio de Manzanillo cuantiosas inversiones en desarrollos turísticos, de dimensiones nunca antes vistas en nuestras costas, provenientes del extranjero, de la capital del país y del vecino estado de Jalisco, desplazando a los empresarios locales del papel preponderante en la operación turística local.

Si bien en aquella época el desarrollo turístico del estado parecía promisorio, hoy en día su desenvolvimiento se encuentra más bien empantanado, por diferentes razones. El puerto de Manzanillo, atractivo ancla de nuestro Estado, es actualmente considerado como uno de los más tradicionales entre los centros de playa del país.

Durante la realización de la encuesta de mercado laboral que se implementó para conocer la pertinencia de la carrera objeto de este documento, un empresario hotelero se lamentó amargamente de haber invertido en nuestro estado, pues, según afirma, falló en su apuesta: tuvo fe en Manzanillo, prefiriendo invertir aquí que en Puerto Vallarta o Cancún. Hoy en día busca la manera de vender su hotel sobre la playa y retirarse de la actividad turística⁵⁹.

⁵⁹ Se trata del propietario del hotel *Suites New York*, localizado sobre la playa de Las Brisas, en el corazón de la Bahía de Manzanillo.

b) Obstáculos al desarrollo turístico

Es importante analizar este tipo de situaciones porque, a pesar de que la actividad turística y las empresas que se relacionan con esta actividad se encuentran entre las más relevantes y dinámicas de nuestra entidad, tanto por el volumen de sus operaciones como por el empleo y los ingresos que generan, sí es notable el atraso de nuestro estado en este ámbito, sobre todo si se compara con otros destinos de nuestro país. La pregunta, entonces, es la siguiente: ¿cuáles son las situaciones que han determinado el rezago en materia turística tanto del puerto de Manzanillo como del estado en general? La respuesta a esta pregunta abarca ámbitos y niveles diferentes; entre los más relevantes se encuentran los siguientes:

- La dificultad de armonizar con el turismo actividades poco compatibles, como son la industria, la pesca comercial y el tráfico de carga de alta intensidad. El turismo busca disfrutar de la naturaleza, de la belleza y de la tranquilidad, no encontrarse entre fábricas, trailers, contenedores, carros de ferrocarril y barcos de carga y pesca.
- La desventaja que implica para un centro de playa de esta categoría competir con los destinos de playa integralmente planeados⁶⁰, que en la actualidad son los principales atractores de corrientes turísticas en nuestro país, en parte gracias a la detallada planeación de su desarrollo urbano, diseñado específicamente para la realización de las actividades turísticas. En cambio, en Manzanillo, como en la mayor parte de los centros de playa tradicionales, se mezclan las zonas de actividades de la población con los desarrollos turísticos, los cuales tienen que adecuarse a las condiciones históricamente establecidas. A esto hay que agregar los numerosos problemas de servicios públicos que se presentan en el puerto, como limitaciones en el drenaje y alcantarillado, hacinamiento en colonias marginales, problemas de vialidad, falta de capacitación y de actitud de servicio por parte de los servidores públicos, etc.
- Los reducidos niveles en la cultura turística, problemática que se advierte desde los altos mandos de la política estatal hasta los meseros que atienden en los restaurantes locales, pasando por empresarios medianos y pequeños, funcionarios de nivel medio y autoridades municipales. Es impresionante la poca valoración que se da a la actividad turística entre la población del estado, incluso entre estudiantes de nivel superior que han cursado asignaturas relacionadas con la actividad. Como parte de las carencias que destacan en esta falta de cultura turística también se encuentran el concepto y la visión de lo que es el turismo en la actualidad, lo cual definitivamente limita las posibilidades de que el Estado resulte competitivo en el mercado turístico global. Esto es, la caracterización de la sociedad colimense como "tradicional" puede hacerse extensiva a la forma como perciben el turismo.⁶¹

⁶⁰ Ver zonas prioritarias de desarrollo turístico, pp. 38 -39

⁶¹ MARTÍN Gil, Fernando: *La formación, estrategia prioritaria para el futuro del turismo mundial*, p. 18

Esto significa que, en el centro de la problemática turística de la entidad, se encuentra la concepción que la sociedad colimense tiene del fenómeno turístico; existe un problema genérico de visión, de estrategia y, lo que es más lamentable, una acentuada miopía respecto al potencial que la actividad turística podría llegar a tener para el desarrollo socioeconómico del estado, aunque hay que reconocer que el concepto que se tiene del fenómeno turístico varía entre los diferentes grupos sociales de la entidad, siendo lógicamente más avanzado entre los actores del sector.

c) Desempeño de las autoridades estatales en el desarrollo turístico de la entidad

Algunos de los más notables casos de proyectos turísticos frenados en la entidad han resaltado por haberse convertido en notorios conflictos explotados por grupos políticos locales, quienes los han tomado como rehenes, habiéndose manifestado una notable incapacidad por parte de las autoridades para resolverlos, encontrándose algunos de ellos hasta esta fecha sin solución y aún más agravados. Entre estos casos destacan los siguientes:

- Paralización de la obra en el hotel *Karmina Palace*: uno de los desarrollos turísticos más importantes de Manzanillo en la actualidad, con inversión de más de 20 millones de dólares; su construcción se vio suspendida durante meses por un conflicto entre dos sindicatos de trabajadores de la construcción que competían por la obra. Lo patético del caso es que los trabajos se detuvieron gracias a la intervención de la senadora Graciela Larios, quien en lugar de apoyar para resolver el conflicto, se encargó de agudizarlo, ante la desesperación de los inversionistas y la incapacidad de las autoridades estatales, municipales y del ramo para destrabar la situación. Una vez resuelto el problema con los albañiles, tocó el turno a los ejidatarios de Salagua, quienes saltaron a la palestra para litigar por un pedazo de terreno sobre el cual la empresa había construido parte de sus instalaciones y que supuestamente era de ellos. Habiéndose iniciado la obra en 1993, sólo en marzo de 1999 pudo iniciar sus operaciones. Resulta difícil atraer la inversión con este tipo de intervenciones por parte de la clase política local.
- En la playa de Miramar, una de las más bonitas de Manzanillo y muy apropiada para el desarrollo turístico, los propietarios de casas de playa, muchos de ellos de las viejas familias del estado, se ampararon contra una iniciativa para construir un proyecto de desarrollo urbano que comprendería la construcción de *resorts* e instalaciones diversas orientadas al servicio y la atención de los visitantes. El litigio se inició durante la década de los ochentas y hasta esta fecha no se ha resuelto. Cabe destacar que gran parte de las casas en cuestión sólo se utilizan ocasionalmente, en días feriados y temporada de vacaciones. Por otra parte, después de sismos y huracanes, gran parte de esas construcciones se hallan completamente en ruinas.

- Junto al peñón donde termina la bahía de Manzanillo se encuentra una laguna litoral con una excelente playa y condiciones idóneas para las operaciones náuticas. La concesión para explotar la locación se concedió al grupo empresarial *MARHNOS*, de la capital de la república, a cambio de 9 millones de dólares, sólo que un grupo de poseionarios que últimamente había construido ramadas para la prestación de servicios turísticos precarios se negó a abandonar la playa. Un partido político de oposición decidió abanderar la causa de los *ramaderos*, por lo que su desalojo se complicó. Y se habla de servicios turísticos precarios porque venden alimentos y bebidas sin contar con agua potable, drenaje, baños ni electricidad, con lo que pueden imaginarse las características de la higiene de su operación. Por su parte, el grupo *MARHNOS* nunca liquidó la cantidad y la explotación de la locación ha estado detenida por más de trece años. Sólo ahora, en marzo de 1999, el gobierno del estado ha decidido demandar a dicha empresa, cuyo presidente del consejo de administración es, dicho sea de paso, el señor Luis Cordero Tapia, cuñado del ex - presidente de la república, Miguel de la Madrid Hurtado.
- Otro de los principales problemas a que se ha enfrentado el desarrollo de la actividad turística en la entidad se debe a que en la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado, dependencia responsable de la política turística, las posiciones estratégicas correspondientes a los funcionarios que conducirán la política turística se asignan sobre la base de los compromisos de campaña y no atendiendo al perfil del puesto. Sexenio tras sexenio ocupan esas posiciones personas que no cuentan con la formación, la experiencia ni los conocimientos necesarios para el desempeño de las funciones. Sencillamente, en la actual administración, los funcionarios que ocupan los puestos de más alto nivel son personas que ni cursaron estudios de turismo ni jamás se han desempeñado profesionalmente en actividades del ramo. Curiosamente, para la Secretaría de Desarrollo Rural sí nombran un agrónomo, para la Secretaría de Salud, un médico, para la Secretaría de Desarrollo Urbano un ingeniero o arquitecto, pero para la Secretaría de Turismo, el perfil resulta irrelevante, sin importar ni los estudios cursados ni la experiencia laboral. *¿Cómo puede interpretarse eso?*
- Es muy desalentador para la gente que trabaja en el campo de la actividad turística escuchar en los medios de comunicación, por una parte, que el turismo es la segunda fuente de divisas del país y, por la otra, que representantes de los congresos federal y local proponen que se eliminen las secretarías de turismo en ambos niveles, todo lo cual sólo indica una cosa: ignorancia. Ignorancia, porque estos representantes están demostrando que desconocen, por una parte, la necesidad que el país tiene de las divisas y, por la otra, que el éxito en el turismo no ocurre por generación espontánea o por azar; pues antes de que un país, una región o un destino alcancen un desarrollo turístico exitoso, este éxito tuvo que ocurrir en la mente de alguien, que lo estudió, lo proyectó y lo ejecutó. Es característico de las formas tradicionales de hacer política destinar grandes porciones del presupuesto a subsidiar al campo y a la construcción de obra

pública, a pesar de que se sabe que el campo lleva décadas arrojando resultados desastrosos y que la obra pública ofrece sólo empleos temporales. Pero claro, ahí se encuentran los votos y el lucimiento. En sí, no es malo que se destinen recursos al campo y a la obra pública, sino que se le dedique tanto y a otros campos de actividad se les ignore. ¿O será que estos representantes esperan que se tengan ingresos por turismo sin invertir ni un centavo? Para fomentar una actividad se requieren recursos, no apoyo moral, palabras de aliento y declaraciones. Se requiere dinero para investigar, para estudiar, para capacitar, para que el personal que trabaja en las empresas turísticas trabaje eficientemente, con calidad, con competencia y competitividad. Y difícilmente el personal operativo va a tener estas características si previamente sus superiores jerárquicos no las tienen. Para tener un sector turismo competitivo no sólo deben capacitarse los meseros, los chóferes y las camaristas, sino, primero y antes que ellos, los gerentes, los funcionarios, los ejecutivos y los encargados de implementar las políticas turísticas.

Como puede notarse con los ejemplos hasta aquí mencionados, uno de los principales obstáculos al desarrollo turístico de la entidad son las mismas autoridades y la clase dirigente, pues, en los hechos, desconocen la importancia que la actividad turística reviste para el desarrollo socioeconómico, ignoran su potencial, carecen de la visión y de los conocimientos para orientar y dirigir a la sociedad colimense a un mayor desarrollo turístico y, por otra parte, también carecen de la voluntad política para resolver los conflictos que se presentan entre los diversos grupos y actores sociales que participan en las actividades del sector.

d) El potencial desaprovechado

Otra de las situaciones que ha afectado al desarrollo turístico de Colima es la forma como se han visualizado los atractivos de la entidad. Esta visualización puede resumirse de la siguiente manera: lo único que es digno de visitarse en el estado es Manzanillo, y aspiramos a que algún día - porque obviamente todavía no -, este puerto llegue a convertirse en un "resort" espectacular al estilo de Cancún, Hawai o Florida; por tanto, es ahí donde se ponen los esfuerzos, los recursos y las esperanzas.

Por supuesto, aparte de Manzanillo, el estado cuenta con bellísimos paisajes, esteros, lagunas, ríos, manantiales, bosques y reservas ecológicas, por no hablar de nuestras costumbres y tradiciones, museos, edificios históricos, ruinas prehispánicas, folklore y gastronomía. Eso, de acuerdo con la política turística seguida hasta la fecha, son atractivos menores, de tercer orden.

Lo peor del caso es que esta forma de percibir los atractivos del estado es la que se ha comunicado a la clientela tradicional. Existe una cantidad impresionante de gente que año con año viaja a Manzanillo y nunca ha tenido la curiosidad de entrar a conocer Colima, Comala, Villa de Álvarez ni Cuyutlán. Pero si no han venido, ha sido porque los colimenses

nunca han promovido muchas de las cosas bellas e interesantes que hay aparte de Manzanillo.

Uno de los sitios que parecen olvidados para la práctica del turismo en el estado es el municipio de Comala. Tiene todo para ser un éxito internacional, y a pesar de que se han realizado importantes esfuerzos en la materia, aún no logra madurar. Cuenta con un clima templado privilegiado, paisajes de tarjeta postal, producción de artesanías de gran calidad, lagunas rodeadas de cafetales, sitios de arqueología industrial como "El Remate", el museo de la hacienda de Nogueras, el fenómeno óptico, gastronomía típica, espacios para la práctica de actividades como el senderismo, el ciclismo de montaña y el descenso por cañadas, la hacienda de San Antonio; cuando se pasea por sus calles parece que el tiempo se detuvo y, por si fuera poco, la aureola romántica proporcionada por la literatura de Juan Rulfo. Y sin embargo, poca gente lo visita – con excepción de sus bares.

¿A qué se debe este relativo fracaso de Comala como destino turístico? Salta a la vista que entre sus principales problemas se encuentran la ausencia de una política integral de promoción y de comercialización, la falta de concertación de los actores de su sector turismo, así como su poca capacitación. Esta falta de capacitación se hace evidente en el caso de la laguna de *La María*, la cual, a pesar de contar con cierta infraestructura no ha logrado capitalizar su potencial. Porque definitivamente es un lugar bonito y agradable, pero llega uno ahí y no hay nada que hacer, ni donde comprar un refresco. El único contacto que se tiene con los concesionarios es cuando cobran los dos pesos de entrada, los cuales son mucho y nada a la vez: mucho porque no hay nada, y poco por lo mucho que dejan de ingresar por no explotar adecuadamente su concesión.

El caso de la hacienda de San Antonio es otro extremo: en lugar de existir un desarrollo turístico que genere empleo y derrama económica en la zona, se tiene una finca de lujo para invitados privados del propietario, siendo que antes todos los colimenses podían visitar la hacienda, la cañada y la laguna. Definitivamente un retroceso. *El Remate* jugó un papel relevante en la historia de la región; fue la primera planta generadora de energía eléctrica en el estado, y cuenta con un agradable embalse para nadar, pero pocos son los colimenses que lo han visitado, al igual que la hacienda de Nogueras. Y así como Comala, podrían mencionarse diversos municipios del Estado.

En el fondo, lo que existe es una baja valoración de los recursos turísticos, por que si se valoraran, no se encontrarían como están ahora. Resulta realmente deprimente la situación en que se encuentran hoy en día recursos turísticos del estado, como las lagunas de La María, Carrizalillos y El Jabalí, los manantiales de Los Amiales, el Agua Fria, el Agua Caliente y El Hervidero, así como los esteros de Tecuanillo, Chupaderos y El Paraíso. Las personas dueñas de las concesiones que operan en esos lugares este mal llamado "turismo social" se hallan en el nivel de subsistencia, porque lo que más les dejan las personas que visitan sus negocios es basura.

¿Por qué se encuentran en esas condiciones de abandono, suciedad y contaminación? Porque en la percepción actual se ha pretendido tener un polo turístico de primera categoría y de primer mundo, sin lograrlo, y se ha etiquetado despectiva y peyorativamente como destinos de turismo social a muchos de los más valiosos recursos

turísticos naturales, por no hablar de los culturales. Es urgente valorar y rescatar a la mayoría de los recursos turísticos, porque se han quedado en el olvido. Incluso sería conveniente que esos atractivos fueran considerados asuntos de interés público, por el enorme potencial que en su conjunto tienen para atraer turismo e ingresos a la entidad.

Esta percepción de la realidad turística no se ha aplicado solo a los recursos turísticos, sino también a lo que se define como turismo social. En el medio local se percibe al turismo social como un turismo de pobres, o *populachero*, de personas que no pueden pagar servicios turísticos porque se encuentran por debajo del límite inferior de la capacidad de consumo para adquirir los servicios, lo cual constituye otro gravísimo error de percepción. La promoción turística del estado se ha dirigido a las clases altas y medias altas del área de influencia, pasando por alto los cambios que han ocurrido en los últimos años en la sociedad mexicana.

Así, no se ha caído en la cuenta de que, con el paso de los años, los trabajadores sindicalizados tanto del gobierno como de las empresas privadas del área de influencia del estado han adquirido la capacidad de compra necesaria para adquirir nuestra oferta turística y, lo que es mejor aún, disponen de crédito para hacerlo. Probablemente no se van a hospedar en Isla Navidad, ni en Las Hadas, pero con toda seguridad los trabajadores de los gobiernos de los estados, de las delegaciones federales y de las empresas y fábricas de Guadalajara, Aguascalientes y Guanajuato tienen una capacidad de consumo más alta de lo que se piensa. Ciertamente, también esperan recibir más valor y calidad por su dinero.

Para concluir con este apartado, resulta evidente que la política turística de la clase gobernante ha concentrado todos sus esfuerzos y sus recursos en el puerto de Manzanillo, olvidándose del conjunto de los recursos turísticos del resto del estado, entre los que se podrían practicar modalidades como el turismo rural, el turismo ecológico, el turismo cultural y el turismo de aventura, entre otras; todo lo cual pone de manifiesto serias limitaciones de concepción, percepción y estrategia en relación con el fenómeno turístico.

3.6.- Plan Estatal de Desarrollo 1998 - 2003 Gobierno del Estado de Colima

A fines de 1998 tomó posesión la administración del Lic. Fernando Moreno Peña, del Partido Revolucionario Institucional. Habiéndose desempeñado hasta ese mismo año como rector de la Universidad de Colima, confiere una gran importancia a la educación superior. La política educativa establecida en su plan de gobierno adquiere relevancia para el presente trabajo considerando que la introducción de nuevas opciones educativas debe ser coherente con las prioridades señaladas para su administración

El capítulo del plan relativo a la educación empieza mencionando la necesidad de transformar los modelos educativos, flexibilizando la currícula e intensificando la enseñanza del inglés. Asimismo, se menciona la conveniencia de orientar la matrícula de la educación superior hacia las disciplinas relevantes para el desarrollo del Estado y la región, configurando una oferta educativa con mayor pertinencia y una política de investigación más consecuente con el entorno socioeconómico.

Entre las estrategias para el desarrollo de la educación superior propuestas en dicho plan se encuentran las siguientes:

- Generar el desarrollo de una nueva cultura de organización y planeación escolar estratégica, que permita ubicar a la educación básica dentro de las tendencias nacionales e internacionales relativas a la calidad.
- Promover, apoyar y fortalecer la creación de proyectos emprendedores en educación superior.
- Fortalecer la vinculación de la educación media superior y superior con el medio productivo.
- Elaborar convenios de colaboración con el sector productivo.
- Dotar de la infraestructura y equipo necesario para la formación integral de los recursos humanos que demanda el Estado.
- Promover la elaboración de un programa de formación de ética profesional en el nivel educativo medio superior y superior.⁶²

3.7.- Primer Informe de Gobierno 1998, Gobierno del Estado de Colima

Como se mencionó anteriormente, el objeto de estudio del presente trabajo se localiza en la confluencia entre el sector académico y el sector turismo, motivo por el cual se consideró conveniente consultar los planteamientos en materia de educación y turismo del ejecutivo estatal.

En este apartado se incluyen los datos relativos al desempeño de la actividad turística durante el primer año de la administración del gobernador Moreno Peña. El documento confiere una papel central al turismo en el ámbito de la actividad económica estatal, aunque el hecho de que se confiera una gran importancia a este ramo de actividad en el plano del discurso y de las declaraciones no significa, no obstante, que se esté dando el apoyo suficiente a la actividad, ni tampoco que se están implementando las políticas y acciones mas convenientes para el mejor desarrollo del sector, muy probablemente no porque no se desee así, sino porque no se cuenta con el personal ni con la visión para lograrlo. Por otra parte, si el turismo es importante para el estado, una nueva carrera de nivel superior en el área de turismo también lo será.

En el capítulo del informe relativo al Sector Turismo, el Ejecutivo del Estado manifiesta que el turismo se ha consolidado como una actividad fundamental en la generación de empleos y en la captación de ingresos que inciden en el desarrollo socioeconómico de la entidad. Abundando al respecto, el Gobernador de la entidad expresó lo siguiente:

Nuestro Estado es rico en atractivos y posee una serie de ventajas que estimulan la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros. La infraestructura que se ha construido y las labores de promoción instrumentadas, han propiciado durante el primer año de mi gestión, la llegada de un millón 90 mil personas con fines turísticos, 80 % originarios

⁶² GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA: *Plan Estatal de Desarrollo 1998 - 2003*, p. 113

del país y el 20 % restante del exterior. De esta manera, Colima contribuye con el 3.5 % del movimiento nacional en centros seleccionados por la Secretaría de Turismo (SECTUR). La derrama económica derivada de dicha afluencia se estima en 1 mil 187.5 millones de pesos. El coeficiente de ocupación hotelera en el Estado llegó al 57 %, situándose 3.5 % arriba del promedio nacional; Manzanillo obtuvo resultados positivos a registrar el 60 % respecto al mismo indicador.⁶³

De esta manera se ilustra la importancia que en la actualidad reviste la actividad turística en nuestra entidad, especialmente si consideramos los serios problemas de producción y comercialización por los que de manera continua atraviesa el sector agropecuario, durante largo tiempo considerado el área de actividad económica más importante para la población, el cual, desafortunadamente, ha entrado en una crisis que no ha logrado superar. En lo relativo a la actividad industrial, resulta un campo de actividad, que, con excepción de la agroindustria y algunas instalaciones de enclave, no ha logrado consolidarse en el Estado. En contraste, el sector turístico de manera continua presenta indicadores que, si no de manera espectacular, por lo menos sí consistentemente arroja resultado positivos y crecientes.

3.8.- Información Básica Turística del Estado de Colima 1992 - 1997

El aspecto más relevante que destaca del análisis de las estadísticas del Sector Turismo en el Estado de Colima es el crecimiento continuo que muestran sus indicadores básicos. Si bien es cierto que nuestra entidad definitivamente no se distingue por tener uno de los sectores turísticos más dinámicos del país, si resultan notables sus tendencias positivas, especialmente si se compara con otros sectores de actividad económica. El puerto de Manzanillo, principal polo turístico de la entidad, es caracterizado por SECTUR como un centro de playa "tradicional" y parece empeñarse en permanecer con ese calificativo.

De los diez municipios de la entidad, actualmente cinco han sido calificados por las autoridades del ramo como "Municipios Turísticos". No obstante, es evidente que todos ellos cuentan con atractivos de diversa índole. El hecho de que hasta la fecha sus atractivos sólo hallan sido explotados superficialmente no significa que carezcan de valor, sino más bien significa que una gran parte de la entidad se encuentra virgen desde el punto de vista la explotación turística.

De acuerdo con los datos estadísticos básicos de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Colima, durante el período 1992 - 1997, la afluencia turística al Estado se ha incrementado a tasas promedio superiores al 4 % anual, mientras que en ese mismo período la derrama económica generada por la actividad turística se incrementó de manera general en 146 %. El número de personas empleado en empresas del sector registró un crecimiento en ese mismo lapso del 18 % y la inversión privada un sorprendente 125 %.

⁶³ GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA, Administración 1997 - 2003: *Primer Informe de Gobierno*, p. 94

Durante 1997, 1'262,484 turistas visitaron nuestra entidad, generando una derrama económica de \$ 1,590 millones de pesos, lo cual equivale a decir que cada habitante del Estado recibió tres turistas y tres mil pesos en efectivo. Durante ese mismo periodo, se invirtieron en empresas del sector un total de \$ 10,534 millones de pesos y 10,053 personas se desempeñaron laboralmente en empresas del ramo. En lo que se refiere a la generación del empleo, la cantidad total de personas empleadas en empresas relacionadas con la actividad turística representa aproximadamente un 12 % del total de las personas registradas como derechohabientes en el Instituto Mexicano del Seguro Social en el Estado.⁶⁴

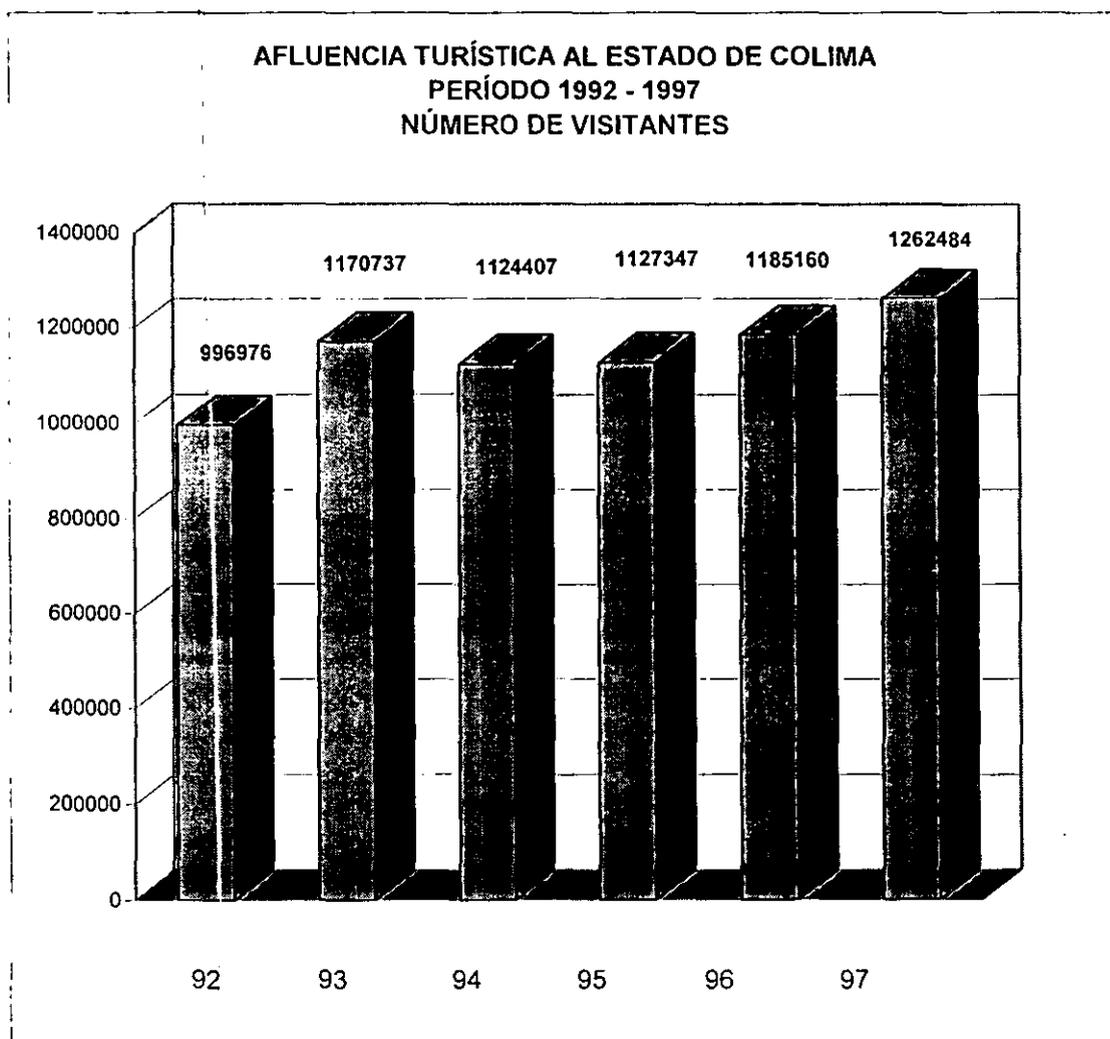
Entre otros datos interesantes en relación con la actividad turística estatal destaca el hecho de que cerca del 80 % del turismo que nos visita es de procedencia nacional, más del 60 % de la oferta de hospedaje se concentra en establecimientos de una y dos estrellas y que los municipios de Colima y Manzanillo captan el 81 % de los visitantes a la entidad, todo lo cual señala de manera insoslayable que es mucho lo que aún se debe hacer en materia de promoción, desarrollo y mejoramiento de la calidad de la oferta turística de nuestro Estado y, por otra parte, que se requiere de personal capacitado para la realización de las tareas.

⁶⁴ SECRETARÍA DE TURISMO, Gobierno del Estado de Colima: *Información Básica Turística 1992 - 1997*

INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS 1992 - 1997

AFLUENCIA TURÍSTICA AL ESTADO DE COLIMA

AÑO:	1992	1993	1994	1995	1996	1997
VISITANTES:	996.976	1'170,737	1'124,407	1'127,347	1'185,160	1'262,484
INCREMENTO PORCENTUAL	1	17	-4	.03	5	7
	TOTAL EN EL PERÍODO:					27



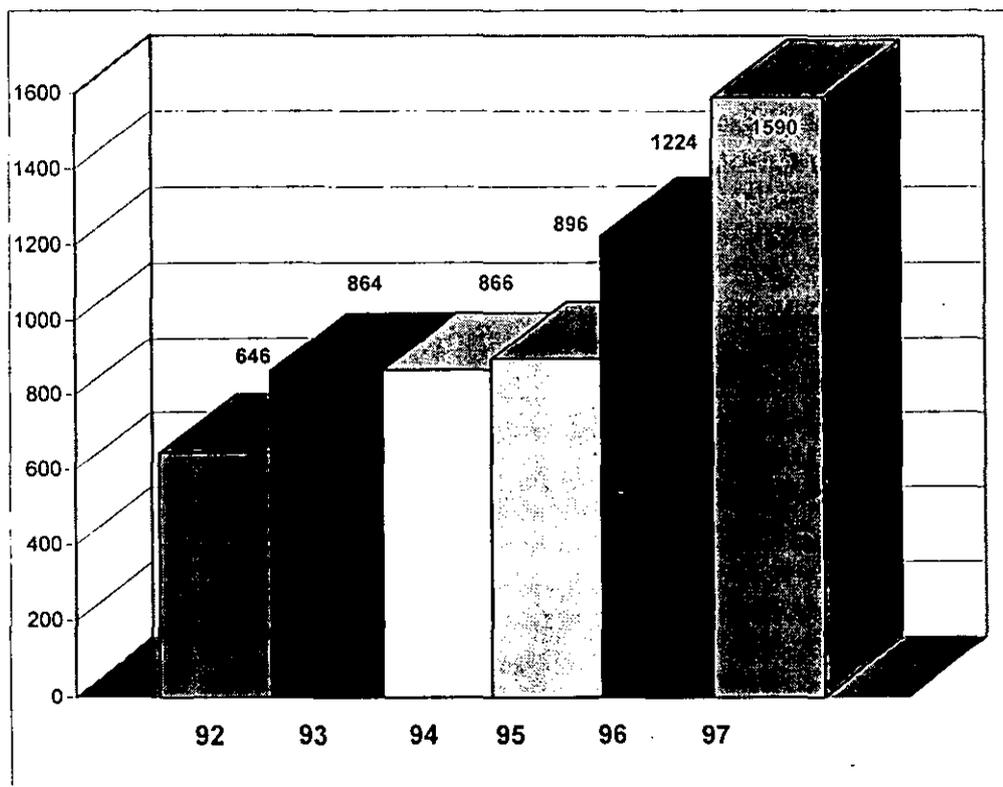
FUENTE: Secretaría de Turismo del Estado de Colima

DERRAMA ECONÓMICA GENERADA POR EL TURISMO

ESTADO DE COLIMA

PERÍODO 1992 - 1997

ANO:	1992	1993	1994	1995	1996	1997
MILLONES DE PESOS:	646	864	866	896	1224	1590



FUENTE: Secretaría de Turismo del Estado de Colima

INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS

ESTADO DE COLIMA

PERÍODO 1992 - 1997

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995	1996	1997
AFLUENCIA TURÍSTICA	996976	1170737	1124407	1127247	1185160	1262484
NACIONAL	788633	923186	890954	895597	937732	996077
EXTRANJERA	208343	247551	233453	231750	247428	266407
ESTANCIA PROMEDIO	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6
GASTO PROMEDIO	180	205	214	221	287	350
DERRAMA ECONÓMICA (MILLONES \$)	646	864	886	896	1224	1590
EMPRESAS DE HOSPEDAJE	145	153	158	154	152	160
Nº CUARTOS	5455	5598	5725	5682	5788	5785
PERSONAL OCUPADO	8535	9287	9695	9630	9713	10053
INVERSIÓN PRIVADA (MILLONES \$)	4675	4820	5020	5258	9685	10534

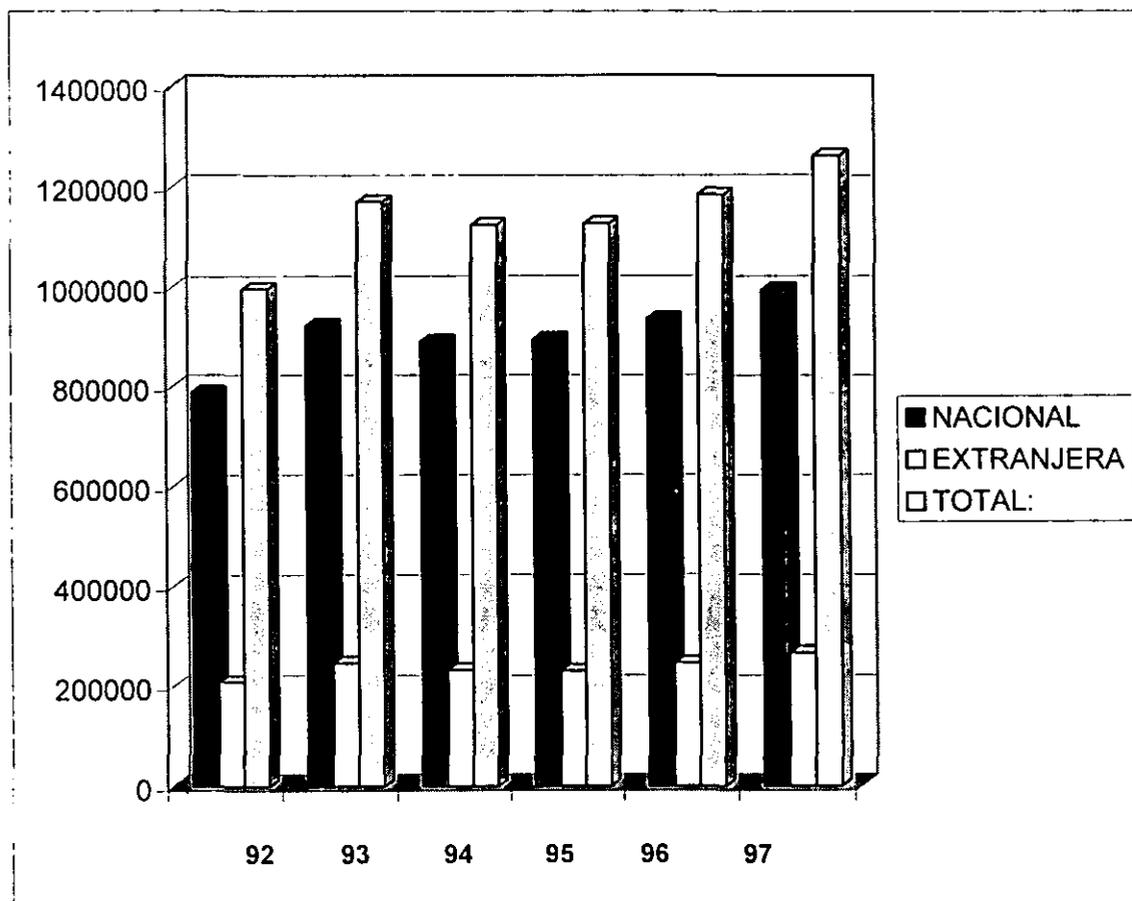
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Colima

AFLUENCIA TURÍSTICA ANUAL POR PROCEDENCIA

ESTADO DE COLIMA

PERÍODO 1992 - 1997

TURISTA	1992	1993	1994	1995	1996	1997
NACIONAL	788633	923186	890954	895597	937732	996077
EXTRANJERA	208343	247551	233453	231750	247428	266407
TOTAL:	996976	1170737	1124407	1127247	1185160	1262484

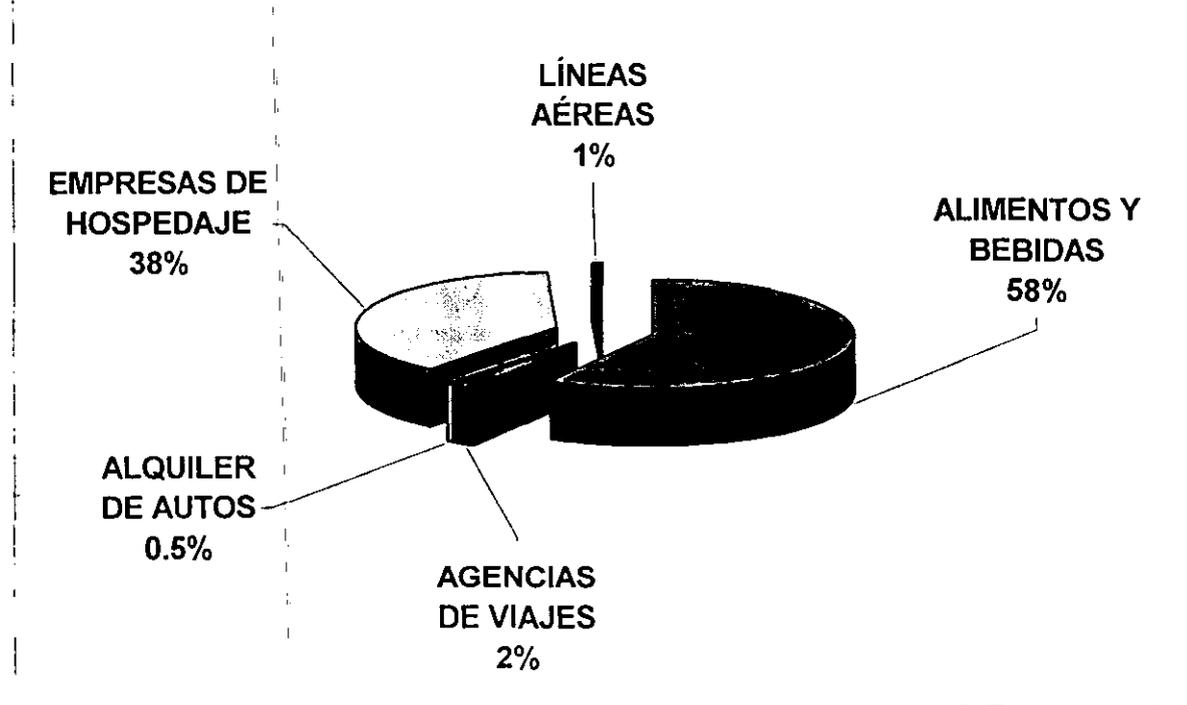


FUENTE: Secretaría de Turismo del Estado de Colima

PERSONAL OCUPADO EN EMPRESAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES TURÍSTICAS

ALIMENTOS Y BEBIDAS	AGENCIAS DE VIAJES	ARRENDADORAS DE AUTOMÓVILES	EMPRESAS DE HOSPEDAJE	LÍNEAS AÉREAS
4.579	133	35	2.989	67

PERSONAL EMPLEADO EN EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO 1997



FUENTE: Primer Informe de Gobierno, Gobierno del Estado de Colima, Administración 1997 - 2003, pag. 280

4.- LA PLANEACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA UNIVERSIDAD DE COLIMA

4.1.- La Universidad de Colima

Como se mencionó al inicio del documento, el presente trabajo se expone con una secuencia que va de lo general a lo particular. Una vez que se han analizado los planteamientos en materia de educación, diseño curricular y turismo en los niveles federal y estatal, así como la importancia que la actividad turística reviste en los planos internacional, nacional y local, se procede a presentar el ámbito institucional específico donde tiene lugar la implementación de la opción académica objeto de la investigación.

La Universidad de Colima se fundó el 16 de septiembre de 1940, con el nombre de "*Universidad Popular de Colima*", siendo Presidente de la república el Gral. Lázaro Cárdenas del Río y gobernador del estado el Gral. Pedro Torres Ortiz.

Sus propósitos eran enseñar profesiones con espíritu técnico y de servicio a la sociedad, promover la investigación científica, difundir la cultura y orientar la enseñanza a la resolución de los problemas fundamentales del país.

Su primer rector fue el Prof. José S. Benítez. Las actividades se iniciaron el 7 de octubre de 1940, con una matrícula de 929 alumnos distribuidos en siete escuelas, la mayoría de ellas de carácter técnico. Obtuvo su autonomía el 22 de noviembre de 1980.

La Universidad de Colima cuenta actualmente con programas a nivel de bachillerato, profesional asociado o técnico superior universitario, licenciatura y postgrado, distribuidos en cinco campos universitarios localizados en los municipios de Colima, Manzanillo, Villa de Álvarez, Coquimatlán y Tecomán. Operan 31 bachilleratos, seis escuelas superiores, veinte facultades y cuarenta y cinco programas de postgrado, de los cuales 8 son especialidades, 29 maestrías y 8 doctorados. Durante el ciclo 1999 - 2000 la matrícula fue de 9,698 estudiantes en el nivel bachillerato, 10,108 en el nivel superior y 704 en postgrado.⁶⁵

4.2.- La Escuela de Lenguas Extranjeras

La Escuela de Lenguas Extranjeras, plantel donde se ubica la carrera de Profesional Asociado en Servicios Turísticos, se creó por acuerdo del Consejo Universitario de noviembre de 1985, con el propósito de formar cuerpos académicos específicamente orientados a la docencia del inglés. Inició actividades en agosto de 1986 con la impartición de la Licenciatura en Enseñanza de Lengua Inglesa. En 1989 el plan de estudios fue reestructurado para introducir la Licenciatura en Lengua Inglesa, en cuyo plan de estudios se incluyeron asignaturas como administración, agencia de viajes, geografía turística y

⁶⁵ Universidad de Colima: <http://www.ucol.mx>.

economía turística, con el propósito de responder a necesidades sociales derivadas del turismo y los negocios internacionales.

En 1999, con la introducción de la carrera Profesional Asociado en Servicios Turísticos, la Licenciatura en Lengua Inglesa entró de nuevo en proceso de reestructuración, para profundizar en áreas tales como lengua francesa, didáctica de las lenguas extranjeras, investigación y lingüística. Por otra parte, se encuentra en proceso de diseño la Maestría en Traducción, cuya aprobación convertiría a la escuela en Facultad de Lenguas Extranjeras. Como un servicio a la comunidad, la escuela imparte los cursos sabatinos, en los que estudiantes de la población en general pueden asistir a cursos de inglés, francés, alemán, italiano, conversación y preparación para el TOEFL (*"Test of English as a Foreign Language"*). Otra actividad de la institución consiste en aplicación de exámenes idiomas, como son los de comprensión de lectura, el TOEFL y PET (*"Preliminary English Test"*).

El convenio PROMEP firmado por los representantes de la Secretaría de Educación Pública y la Universidad de Colima en noviembre de 1996 incluye un anexo relativo a la Escuela de Lenguas Extranjeras, fechado el 9 de diciembre de 1998, en el cual se establecen las metas y acciones a realizar por esta dependencia de educación superior (DES) entre los años 1999 y 2006.

Con base en el Programa de Desarrollo Educativo 1995 – 2000 y en el Programa de Desarrollo Institucional (PIDE) de la Universidad de Colima, así como al análisis de las necesidades profesionales del país y de la región, entre las metas de dicho convenio se incluye la apertura de los programas de Técnico en Servicios Turísticos para el año de 1999 y de Licenciado en Administración de Servicios Turísticos para el 2002, constituyendo este convenio el punto de partida oficial para la instrumentación de las carreras turísticas objeto de este documento.

4.3.- Programa Institucional de Desarrollo 1998 – 2001, Universidad de Colima

Antes de definir las políticas y estrategias para el período, el programa de desarrollo universitario ubica su accionar dentro de los contextos internacional, nacional y estatal. Desde una perspectiva internacional, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) recomendó al sistema educativo mexicano definir con mayor precisión las prioridades de la educación superior y, por otra parte, incrementar la pertinencia de la formación profundizando sus vínculos tanto con la economía como con la sociedad.

En el contexto nacional, en coherencia con Programa de Desarrollo Educativo 1995 - 2000, el programa establece como política fundamental la comunicación, la concertación, el consenso y la corresponsabilidad de todas las instancias públicas y privadas, institucionales y sociales en la planeación, realización y evaluación de programas y acciones; así como la reestructuración de planes de estudio y la creación de nuevas modalidades educativas con

finés de mejoramiento de la calidad de la educación, la actualización, la búsqueda de una mayor pertinencia y una utilización más eficiente de los recursos.⁶⁶

En lo que se refiere al Estado de Colima, el documento señala que el crecimiento económico de la entidad ha sido superior al promedio de crecimiento de la economía nacional, pues entre 1980 y 1995 se registró en el estado un crecimiento promedio anual del 3.8 %, mientras que en el ámbito nacional el crecimiento fue del 1.8 %, incremento sostenido básicamente por la actividad portuaria, el turismo y la agroindustria.

En este contexto, el programa menciona que el turismo contribuye de manera significativa a aumentar la dinámica de la economía, logrando mantener una tasa de crecimiento moderada en la presente década, aunque reconoce que este sector no ha tenido un impulso pleno ni la proyección que se esperaba de él, no habiéndose explotado aún la totalidad de sus potencialidades.

En lo que corresponde a la generación de empleos, se advierte una notable terciarización de la economía, pues entre 1969 y 1995, la población económicamente activa ocupada, aumentó en 130,676 personas: las actividades primarias generaron el 7 % de los nuevos empleos, el sector industrial el 22 % y los comerciales y de servicios el 70 %.⁶⁷

En el contexto de la educación superior, la estrategia general de desarrollo 1998 - 2001 considera que los esfuerzos deberán orientarse a:

- Fortalecer el modelo educativo del estado y elevar la calidad en los diferentes niveles educativos.
- Fortalecer la educación media superior, superior y de postgrado y la investigación científica, apoyando su vinculación con los sectores productivos del estado. •

En lo que se refiere a la problemática detectada, se advierte que en la institución se reproducen las tendencias nacionales de concentración de la matrícula en las carreras tradicionales. Con una población de 8,745 alumnos de nivel licenciatura, la matrícula en las carreras tradicionales se ha incrementado, en contraposición con las ciencias agropecuarias y algunas de las ingenierías, que mantienen un crecimiento lento. Lo anterior significa que las estrategias y acciones empleadas para la orientación y selección de aspirantes no han sido suficientemente efectivas.

El documento menciona que, en la actualidad, las principales mega tendencias sobre la oferta y la demanda educativa son la reorientación hacia los servicios, las telecomunicaciones y el transporte; aunque se menciona que no existen estudios prospectivos de dichas mega tendencias y no se han realizado consultas en el ámbito estatal

⁶⁶ UNIVERSIDAD DE COLIMA: *Estrategia Horizonte Siglo XXI, Plan Institucional de Desarrollo 1998 - 2003*, p. 5

⁶⁷ *Id.*, pp. 25

ni regional acerca de las nuevas profesiones; además, se carece de estudios comparados e investigación permanente del mercado laboral y de un sistema de información para integrar base de datos sobre nuevas profesiones. La presente investigación, no obstante, puede considerarse como un apoyo para subsanar dichos problemas.

Otro problema mencionado por el plan consiste en que las relaciones de vinculación con los sectores social y productivo usualmente son llevadas en el ámbito institucional, pero no siempre se concretan acciones con participación directa de estudiantes y docentes, de modo que con frecuencia esta vinculación no deriva en una mejora de la formación, prevaleciendo la separación teoría-práctica y la relación meramente formal.

En atención a lo anterior, en el ámbito de las propuestas estratégicas para el período, el programa establece las siguientes políticas generales:

- El modelo educativo contará con un esquema curricular con trayectorias más flexibles, opciones alternas y socialmente útiles, organizado e implementado con equidad y pertinencia, garantizando la acreditación y certificación de su calidad en todos los niveles.
- La formación de los alumnos tendrá una mayor orientación hacia la obtención y producción de conocimientos, el desarrollo de competencias profesionales específicas y genéricas, tales como: habilidades de pensamiento, comunicación oral y escrita, manejo de un idioma extranjero, uso de la informática y de las matemáticas.
- Se fortalecerá y alentará la comunicación, concertación, consenso y corresponsabilidad con las instancias públicas y privadas, en la planeación, seguimiento y evaluación de los programas y acciones educativas.⁶⁸

4.4.- Lineamientos de la Universidad de Colima para el diseño curricular

El punto de partida para el diseño del plan de estudios para la carrera Profesional Asociado en Servicios Turísticos fue el análisis de las llamadas "metodologías para el diseño curricular", elaboradas y distribuidas por la Dirección General de Educación Superior, dependencia encargada de supervisar y aprobar el diseño de los planes de estudio de la Universidad de Colima. Entre los documentos proporcionados por dicha dirección se encontraron los siguientes:

En sí, los documentos son resúmenes de políticas y normativas que la Secretaría de Educación Pública envía a las universidades públicas con el propósito de normar y estandarizar el diseño y la enseñanza en el nivel educativo superior, pero gran parte de su importancia radica en el hecho de que, si bien las universidades públicas de provincia por lo general son autónomas, la asignación de recursos financieros y presupuestos para

⁶⁸ *Id.*, pp. 26 -28

equipamiento y operación dependen con mucho de la medida en que las instituciones de educación superior se apeguen a dichos lineamientos.

A finales de 1998, los lineamientos de la Dirección General de Educación Superior de la Universidad de Colima privilegiaban los siguientes aspectos: la pertinencia de las carreras a desarrollar, la factibilidad de ponerlas en práctica, la participación de la sociedad en las actividades de diseño curricular y la introducción de modalidades educativas en el nivel de profesional asociado o técnico superior. Por otra parte, también es una política institucional seguir los planteamientos de programas como el Fondo para Modernizar la Educación Superior (FOMES) y el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), pues se facilita el acceso y la gestión de los recursos.

a) Pertinencia

Se entiende a la pertinencia como la vinculación existente entre una programa de formación académica con las necesidades planteadas por la sociedad, llegando más allá de los requerimientos del sector productivo. En el nuevo ambiente de la globalización, la pertinencia debe analizarse en los niveles local, regional, nacional e internacional. Los criterios de pertinencia son los siguientes:

- a) claridad en el perfil deseable de los egresados, tomando en consideración la situación actual y las tendencias del área de estudios.
- b) Necesidad y demanda actual y futura de los profesionales, a determinarse a través de un estudio de mercado laboral con el propósito de conocer los conocimientos requeridos en el ámbito de trabajo, los criterios de contratación y las necesidades de práctica profesionales de acuerdo con los empleadores.
- c) Competencia con otros programas académicos del área de estudios, con el propósito de evitar la duplicación de la oferta académica en la región, así como la saturación del campo de trabajo.
- d) Participación de cuerpos colegiados y especialistas externos para la aplicación de los criterios de pertinencia y factibilidad.
- e) Opinión del consejo de vinculación, conformado por funcionarios de la universidad, así como por académicos con perfil PROMEP y alumnos y ex - alumnos sobresalientes (Comité de Excelencia)⁶⁹.

⁶⁹ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Metodología para determinar la factibilidad y pertinencia de nuevos programas de estudio en los niveles 5, 6 y 7*, pp. 1 - 5

b) Factibilidad

Se refiere a la probabilidad de que el programa llegue a operarse y cumpla con sus objetivos institucionales. Básicamente consiste en determinar si la dependencia de educación superior que va a impartir la carrera cuenta con los diversos tipos de recursos necesarios para hacerlo. Así, se analiza la disposición del personal académico necesario, el personal administrativo para gestión y apoyo, espacios como aulas, bibliotecas y cafetería; recursos bibliográficos y videográficos, computadoras, acceso a Internet, paquetes informático, etc.

Para garantizar el acceso a recursos financieros, se requiere tomar en cuenta los lineamientos establecidos en instancias como el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), el Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior (FOMES), el Programa Institucional de Desarrollo (PIDE), la Comisión Estatal para la Planeación de la educación Superior (COEPES), el CONACYT, el SIMORELOS, etc.

También se considera si la institución está en la posibilidad de obtener recursos adicionales por concepto de eventos como cursos breves, diplomados, eventos culturales, convenios de generación y aplicación del conocimiento o convenios con el sector productivo o gubernamental. Por último, se analizan la localización geográfica y la coyuntura temporal, analizando la situación socioeconómica y política del momento en que iniciará la impartición de la carrera.⁷⁰

c) El nivel académico de profesional asociado o técnico superior universitario

Si bien la Universidad de Colima no es una universidad tecnológica, si estableció como una de sus prioridades en su Programa Institucional de Desarrollo la creación de carreras del nivel ISCED 5⁷¹, denominados técnico superior universitario o profesional asociado, los cuales se definen como programas orientados hacia la práctica, con una duración promedio de dos años a tiempo completo y constituidos como primer ciclo de una formación profesional de 4 o 5 años. Al finalizar el primer ciclo de dos años el estudiante podrá incorporarse temporal o definitivamente al mercado de trabajo y continuar el segundo ciclo para obtener la licenciatura.

Es importante destacar que en la Universidad de Colima no se aplica con todo rigor el modelo establecido para las universidades tecnológicas, sino que se aplica uno adaptado, retomando algunos elementos, pero no todos; así, por ejemplo, el modelo de las universidades tecnológicas se lleva a cabo en cuatrimestres, en tanto que el de la

⁷⁰ *Id.*, pp. 2 - 7

⁷¹ ISCED: Clasificación Internacional Normalizada de la Educación de la UNESCO; el nivel ISCED 6 corresponde al nivel de licenciatura y el 7 al posgrado.

Universidad de Colima se desarrolla en semestres; por otra parte, la estructura económica de la entidad no permite que en todas las opciones académicas de este nivel se realicen las estancias prácticas en empresas del ramo que se proponen, dado el incipiente grado de desarrollo empresarial en la entidad.

Es necesario mencionar que la definición del modelo académico ISCED 5 implementado en la Universidad de Colima fue objeto de numerosas sesiones de discusión y análisis entre los funcionarios encargados de definir el modelo y los cuerpos académicos de las diversas escuelas y facultades. En este apartado se presenta el modelo de acuerdo con su planteamiento original.

Se desechó la denominación de Técnico Superior Universitario porque se detectó que generaba confusión entre la población, ya que se confundía con el nivel de técnico medio, el cual se estudia en las instituciones terminales de nivel medio superior; en tanto que, por otra parte, tanto los estudiantes como sus familiares y allegados desanimaban a los aspirantes por considerarla una opción académica inferior o mediocre, al asociarla con el nivel de educación media. Aparentemente, las aspiraciones sociales de la población colimense son que los jóvenes realicen estudios de nivel superior, preferentemente de licenciatura.

La implementación de este tipo de carreras en nuestro país se remonta a 1989, cuando una comisión de técnicos de la Secretaría de Educación Pública analizó las experiencias de formación de recursos humanos de países considerados socioeconómicamente avanzados, como los Estados Unidos de América, Francia, Japón, Alemania y el Reino Unido, con el propósito de evaluar si sus modalidades de educación superior podían adaptarse a México. El modelo considerado como el más adecuado fue el de los Institutos Superiores de Tecnología de Francia.

Como resultado de la investigación, a partir de 1991 se establecieron Universidades Tecnológicas en 15 estados del país, con la misión de formar, mediante programas cortos, recursos humanos que garanticen la competitividad de las empresas y su capacidad de respuesta al cambio tecnológico. Los objetivos de dichas universidades se plantearon de la siguiente manera:

- Ofrecer a los egresados de preparatoria una formación intensiva que les permita incorporarse en corto tiempo al trabajo productivo o continuar estudios de especialización.
- Impartir formación polivalente.
- Combinar aula, taller y laboratorio con prácticas y estadías en la planta productiva.
- Formar al egresado para que pueda prestar sus servicios o instalar su propia empresa.

El estudio de factibilidad para la definición de las carreras comprende los siguientes aspectos:

- Fundamentos regionales en los niveles "micro" y "macro",
- Estudio de mercado laboral.
- Estudio de oferta y demanda de servicios educativos
- Estudio socioeconómico y de expectativas educativas.⁷²

Entre los principales atributos académicos que deben reunir los planes de estudio de las carreras de profesional asociado están los siguientes:

- **Polivalencia:** La formación se imparte en uno o varios grupos de actividad productiva o en actividades generales aplicables a todas las ramas de la producción
- **Calidad:**
 - Debe reflejarse en los rendimientos escolares y en que tanto los profesores como el alumnado deberá involucrarse más allá del cumplimiento de programas, horarios y reglamentos
 - La selección de autoridades, el establecimiento de salarios adecuados y la capacitación son actividades primordiales. Grupo de profesores investigadores reducido en tamaño pero con alto nivel de desempeño y los profesores de asignatura deben tener reconocida capacidad en el desempeño de la profesión.
 - Instalaciones funcionales, cómodas y modernas para grupos de 25 alumnos máximo
 - Planes de estudios económicamente viables
- **Pertinencia:** se da mediante la vinculación entre los planes y programas de estudio y las necesidades del sector productivo.
- **Continuidad:** Las carreras son terminales, aunque los egresados pueden continuar estudiando especialización, postgrado, etc.
- **Intensidad:** Concentra los contenidos a sus aspectos fundamentales.

⁷² UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Técnico Superior Universitario*

- **Flexibilidad:**
 - Se adapta continuamente a los cambios científicos y tecnológicos y a los requerimientos profesionales.
 - Diversificación: propicia las adaptaciones regionales de los estudios que se ofrecen.
 - Dinamización: parte de una política de recursos humanos a largo Plazo.

- **Vinculación:** parte de los requerimientos de perfil profesional del sector productivo para responder a sus necesidades. También establece convenios para la realización de prácticas, visitas y estadias y canales a partir de los cuales los jóvenes pueden conseguir un empleo

Las condiciones que deben cumplir estos programas son las siguientes:

- 1.- Ser evaluados y diseñados conjuntamente con los futuros empleadores.
- 2.- Contar con estudios de factibilidad y demanda de egresados.
- 3.- Incorporar en un alto porcentaje del currículo estancias prácticas en las empresas del sector al que se oriente el programa.
- 4.- Contar con profesores de asignatura con amplia experiencia profesional en el área y activos en ella.
- 5.- Contar con apoyo bibliográfico suficiente y equipamiento adecuado de laboratorio, talleres, cómputo y cualquier otro que sea necesario para la formación práctica, o en su caso, solicitarlo a FOMES.
- 6.- Permitir la atención personalizada de los profesores a los alumnos en las actividades que así lo requieran. El tamaño de los grupos deberá facilitar dicha tarea.
- 7.- Dar prioridad a aquellas carreras que permitan la inserción inmediata de sus egresados al mercado de trabajo.
- 8.- Aceptar alumnos con un promedio no menor a 7.5. en el nivel medio superior y en el examen de CENEVAL.
- 9.- Incorporar en la primera etapa únicamente alumnos de tiempo completo, pero prever la aceptación, cierto tiempo después, de estudiantes de tiempo parcial, previa formulación y experimentación de las reglas específicas aplicables a éstos.⁷³

⁷³ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Nuevas opciones educativas*

d) El Fondo para Modernizar la Educación Superior (FOMES):

Programa que aporta recursos extraordinarios para elevar la calidad de los servicios educativos de las instituciones de educación superior mediante la adquisición y renovación de su equipamiento. Se busca que los planes y programas de las instituciones de educación superior sean congruentes con las políticas, estrategias y líneas de acción del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa de Desarrollo Educativo 1995 –2000. El propósito de FOMES para 1998 era atender prioritariamente propuestas con una alta proporción de equipamiento y acervo bibliotecario para el apoyo a las labores académicas.

Los referentes estratégicos de FOMES para 1998 fueron los siguientes:

- Modernización del equipo académico: dotación de recursos para investigación, equipamiento de talleres y laboratorios, suscripciones a revistas, dotación de equipo de cómputo, contratación de docentes con perfil Promep, entre otros apoyos.
- Reorientación de la oferta educativa: diversificación de la oferta educativa introduciendo nuevas modalidades que formen profesionales del nivel *ISCED 5*, mediante la partición de licenciaturas en dos ciclos.
- Sistemas de información institucional y adecuación a la normativa.
- Mejora de la eficiencia y la pertinencia: mejora del rendimiento académico estudiantil, acciones de evaluación de estudiantes y egresados; introducción y actualización de planes de estudio que promuevan la participación de representantes de los sectores productivo, social y de la sociedad civil.

Una de las características que ha distinguido a la Universidad de Colima es su capacidad para aprovechar y gestionar los diversos tipos de recursos y apoyos para la educación, razón por la cual es muy importante cumplir con todo este tipo de requerimientos, pues todo ello permite a la institución allegarse más recursos. En el caso de la carrera de turismo, el punto que aplica es el que se refiere a la reorientación de la oferta educativa.⁷⁴

e) Integración de comités curriculares

El comité curricular aparece como la instancia colegiada para la discusión, el análisis, la corrección y aprobación del plan de estudios. Permite incorporar aportaciones y opiniones de

⁷⁴ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Fondo para modernizar la educación superior. Guía 1998*

experto y de las personas que participarán en su implementación.⁷⁵ El comité se compone de los siguientes participantes:

NOMBRAMIENTO	PARTICIPANTES
Presidente	<ul style="list-style-type: none"> • Director del plantel
Secretario	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinador académico
Vocales	<ul style="list-style-type: none"> • Profesores de tiempo completo, preferentemente uno por área del plan de estudios • Presidente de la Sociedad de alumnos • Presidente de la Asociación de Egresados • Representante del Comité de Excelencia • Representante de los empresarios
Invitados especiales	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionistas de reconocido prestigio • Académicos de reconocido prestigio • Empresarios • Alumnos • Egresados

Durante las sesiones de evaluación del plan, el comité curricular deberá intentar responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la visión del mundo, las creencias y los valores culturales o ideológicos que subyacen al plan de estudios y que no se manifiestan de manera expresa?
- ¿El plan de estudios responde a la problemática social de la región? ¿Considera las características del mercado ocupacional de la profesión?
- Los contenidos propuestos, ¿son actuales, vigentes y pertinentes? ¿Permiten alcanzar los objetivos buscados?
- Los alumnos, ¿tienen la capacidad y los conocimientos para abordar los contenidos del plan?
- Los profesores, ¿tienen la preparación académica y profesional para impartir las asignaturas propuestas? ¿Cuentan con la experiencia profesional necesaria para hacerlo? ¿Tienen la capacidad docente para impartir las clases?

⁷⁵ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Integración de Comités Curriculares*

4.5.- Lineamiento mínimos para la elaboración y reestructuración de planes de estudio

El documento define al currículo de la siguiente manera:

Una serie estructurada de experiencias de aprendizaje, articuladas en forma intencional, con una finalidad concreta: producir los aprendizajes deseados.⁷⁶

De acuerdo con este documento, la formulación de un plan de estudios conlleva los siguientes pasos:

1.- Fundamentación del plan:

- a) Estudio de mercado ocupacional
- b) Estudio comparativo de otros planes de estudio
- c) Estudio de viabilidad
- d) Opinión de expertos

2.- Objetivos generales del nuevo plan

3.- Determinación del perfil profesional

- a) Actividades que realiza el egresado
- b) Campo de trabajo

4.- Estructuración curricular

- a) Selección y organización de materias
- b) Cargas horarias
- c) Descripción de las áreas de formación

5.- Mapa curricular

6.- Programas de estudio

7.- Evaluación del plan⁷⁷

En este documento aparece el término *crédito*, el cual se define como la medida o puntuación de una asignatura. En este sistema, una hora de clase teórica a la semana equivale a dos créditos, asumiendo que por cada hora de clase el alumno deberá llevar por lo

⁷⁶ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Lineamientos mínimos para la elaboración y reestructuración de planes de estudio*, p. 3

⁷⁷ *Id.*, pp. 5 -10

menos otra hora de trabajo por su cuenta. Por otra parte, una hora práctica equivale a un crédito, ya que no requiere trabajo extra por parte del alumno.⁷⁸

En lo que se refiere a los programas de estudio para cada una de las asignaturas del plan, se debe formular un programa analítico, el cual deberá contener la siguiente información:

- Datos generales: Carrera, nombre de la materia, semestre en que será impartida, horas (por semestre, teórica, prácticas y semanales), materias antecedentes. Consecutivas y relacionadas, elaborado por y fecha de elaboración.
- Presentación o justificación.
- Propósitos del curso.
- Contenidos programáticos
- Lineamientos didácticos.
- Evaluación.
- Bibliografía básica.⁷⁹

De acuerdo con el procedimiento propuesto, el comité curricular deberá reunirse en varias ocasiones antes de presentar el proyecto a la Dirección General de Educación Superior, a la Coordinación General de Docencia de la Universidad, al Consejo Técnico de la Universidad para, por último, registrar la carrera ante la Secretaría de Educación Pública. Aparentemente, la intención de todo este proceso es que el plan de estudios sea ventilado y analizado ante la mayor cantidad de personas posibles a fin de filtrarlo y perfeccionarlo, lo cual parece ser funcional.

⁷⁸ *Id.*, p. 6

⁷⁹ *Id.*, pp. 7 - 9

5.- LA INVESTIGACIÓN PARA EL DESARROLLO CURRICULAR

5.1.- Estadísticas de Educación Superior en el Estado de Colima

Los lineamientos para la implementación de nuevas carreras de la Universidad de Colima establecen que deben revisarse los planes de estudio de la misma especialidad a diversos niveles, así como determinar el grado de competencia que tendría el programa en proceso de desarrollo, en función de la demanda y del mercado de trabajo. Para cumplir con tales ordenamientos, se procedió a investigar los indicadores básicos de la educación superior en el estado, obteniéndose como primera conclusión que la principal característica del nivel educativo en la entidad es el desequilibrio.⁸⁰

Actualmente operan en el estado de Colima siete instituciones educativas de nivel superior, las cuales cuentan con 59 escuelas, una oferta académica de 128 carreras y una matrícula de 11,868 alumnos durante el ciclo escolar 1997 - 1998.

De las siete instituciones, la Universidad de Colima, el Instituto Tecnológico de Colima y el ISENCO concentran el 93 % de la matrícula; asimismo, la Universidad concentra el 83 % de las escuelas y el 80 % de las carreras.

Una forma de desequilibrio que sí resulta preocupante es la concentración de la matrícula estudiantil en ciertos niveles y áreas del conocimiento, aunque no está de más mencionar que la situación ya ha sido detectada por diversas autoridades y a distintos niveles, habiéndose emitido lineamientos para la superación del problema.

Así, tenemos que el 94 % de los alumnos cursando estudios de educación superior en la entidad corresponde al nivel de licenciatura, el 5 % al nivel de postgrado y sólo el 1 % se encuentra en el nivel de técnico superior universitario o profesional asociado. En lo que se refiere a este último nivel, es justo señalar que es una opción relativamente nueva de la cual sólo se han implementado hasta la fecha tres carreras en la Universidad de Colima, aunque existe la determinación, tanto de las autoridades locales, como de las autoridades de la Secretaría de Educación Pública en el ámbito federal, de promover el incremento de la oferta educativa en este nivel.

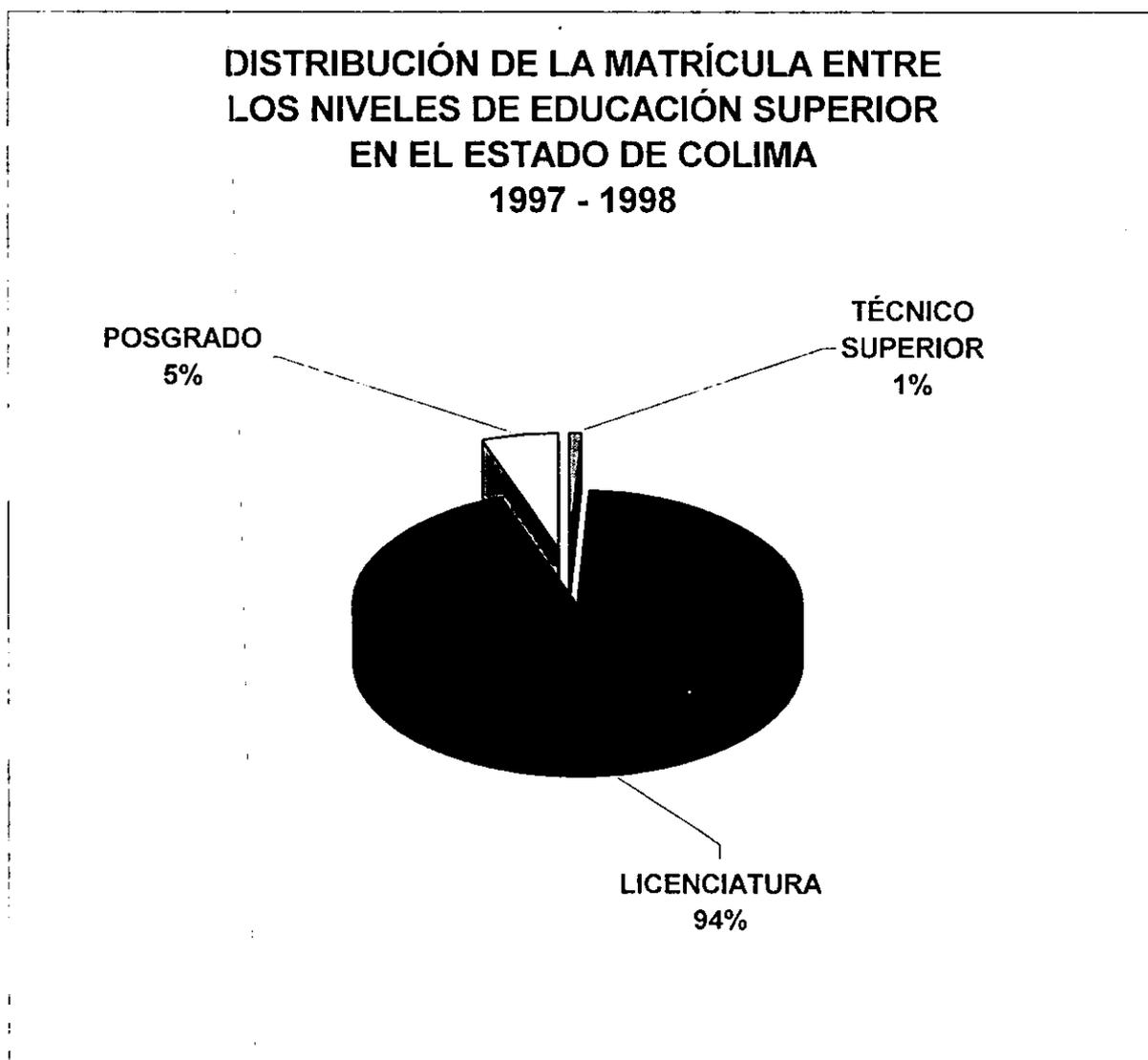
Tratándose de una nueva modalidad educativa, no es sorprendente que la matrícula en las carreras técnicas universitarias sea reducida hoy día, pero lo que sí resulta sumamente preocupante es la concentración de la matrícula especialmente en dos áreas de conocimiento que reúnen el 71 % del alumnado: la de ciencias sociales y administrativas, con 44 % y la de educación y humanidades, con 27 %, mientras que las áreas de ingeniería y

⁸⁰ GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA, Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación: *Concentrado Estadístico de Educación Superior.- Inicio de Cursos 1997 -1998*

MATRÍCULA POR NIVELES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL ESTADO

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE DATOS

NIVEL	ESCUELAS	CARRERAS	ALUMNOS	AÑO ANTERIOR	
				EGRESADOS	TITULADOS
TÉCNICO SUPERIOR	3	3	83	0	0
LICENCIATURA	34	81	11138	1243	764
POSGRADO	22	44	647	173	28
GRAN TOTAL:	59	128	11868	1416	792



Fuente: Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación del Gobierno del Estado de Colima

CONCENTRADO ESTADÍSTICO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

INICIO DE CURSOS 1997 -1998

INSTITUCION	Nº. ESC.	Nº. CARR.	ALUMNOS
UNIVERSIDAD DE COLIMA	49	103	9416
TECNICO SUPERIOR	3	3	83
LICENCIATURA	25	57	8711
POSGRADO	21	43	622
INSTITUTO TECNOLOGICO DE COLIMA	2	9	1469
LICENCIATURA	1	8	1444
POSGRADO	1	1	25
U.P.N. UNIDAD COLIMA 061 COLIMA	1	2	196
LIC. SISTEMA SEMIESCOLARIZADO Y ABIERTO			
I.S.E.N.C.O. GREGORIO TORRES QUINTERO	2	2	315
LICENCIATURA			
PARTICULAR			
INST. TEC. DE MONTERREY	1	1	111
LICENCIATURA			
INST. DE EDUC. SUPERIOR TECOMAN	2	5	303
LICENCIATURA			
UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL PACIFICO	2	6	58
LICENCIATURA			
TOTAL	5	12	472
TOTAL ESTATAL	59	128	11868

Fuente: Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación
Gobierno del Estado de Colima

tecnología, ciencias agropecuarias y ciencias naturales y exactas registran sólo al 26 % del estudiantado.

Parece ser que el estudiantado local le da la espalda a las carreras relacionadas directamente con la producción de bienes, servicios, conocimiento y arte, para concentrarse en opciones que convertirán al grueso de los futuros profesionistas de la entidad en administradores de la administración, es decir, burócratas.

En lo que se refiere a las carreras del área educativa, si bien es cierto que en Colima la carrera magisterial es una tradición seguida por familias a través de generaciones, parece difícil que el sistema educativo estatal tenga la capacidad para absorber a los cientos de maestros que egresan cada año. La misma situación se advierte en el área de ciencias de la salud, pues aunque cuenta sólo con un 4 % del estudiantado, con la saturación existente en la entidad en la oferta de servicios médicos, tampoco parece que los egresados de la carrera de medicina tendrán facilidad para encontrar un empleo digno.

La reducida matrícula en el área de ciencias naturales y exactas (1 %) y en el postgrado (5 %) indica una falta de interés en la producción de ciencia y conocimiento. La baja inscripción en las carreras de ciencias agropecuarias señala que el estudiantado de Colima está ignorando al sector agropecuario, el cual, históricamente y hasta esta fecha, ha sido una de las actividades económicas fundamentales en la entidad. La única matrícula que parece equilibrada y proporcionada con las necesidades de la entidad es la del área de ingeniería y tecnología, con un 22 % del alumnado.

Sería muy aventurado intentar explicar aquí las razones por las que los estudiantes egresados de los planteles de educación media superior tienden a concentrarse en carreras de las áreas mencionadas, pero sí es evidente que hay serios problemas en el ámbito estatal en materia de orientación vocacional y promoción y divulgación de la oferta educativa y, más profundamente, de la visión que estos jóvenes tienen de lo que es una carrera universitaria, el desempeño profesional y el desarrollo socioeconómico de la entidad.

Evidentemente, las autoridades educativas no pueden tomarse la atribución de forzar la inscripción del alumnado en determinadas carreras, pero sí deberían hacer un esfuerzo mayor por orientar, persuadir, inducir, restringir o promover la canalización del estudiantado hacia otras áreas. En un país libre como el nuestro, esas son precisamente algunas de las funciones de las autoridades estatales, para no permitir que los problemas crezcan indefinidamente, como plagas.

Considerando el tiempo, los recursos y, principalmente, el impacto que la producción de todos estos profesionistas tienen para el desarrollo socioeconómico de la entidad, bien valdría la pena destinar algunos recursos para efectuar una investigación con detenimiento que permitiera discernir la razón por la cual los jóvenes eligen tales carreras. De otra manera, Colima tenderá a convertirse en un Estado de maestros, abogados, administradores y contadores, que se dedicarán a administrar la producción¿de quién?

Para terminar, la matrícula en carreras turísticas de educación superior en la entidad, equivalente al 0.0005 % del total y con tendencia decreciente, indica que hasta esta fecha,

las autoridades educativas ni siquiera se han percatado de que existe un sector turismo, mucho menos del papel que actualmente representa para el Estado y, menos aún, de lo que podría llegar a representar. Esto también significa que, para los empleos del sector turismo, las autoridades educativas le están apostando a la improvisación o, desde otro punto de vista, están ofreciendo esos empleos a profesionistas de otras entidades.

La implementación de la carrera de Profesional Asociado en Servicios Turísticos es coherente con los referentes estratégicos del Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior (FOMES), en lo que se refiere a la reorientación de la oferta educativa, tanto desde el punto del nivel (ISCED 5) como desde el punto de vista de la congruencia con las necesidades del desarrollo regional, pues esta nueva carrera representaría un incremento en la variedad de la oferta educativa en cuanto al tipo de opciones y su duración, así como pertinente en su atención a las necesidades y oportunidades del entorno.

5.2.- Análisis de planes de estudios

Uno de los pasos que es necesario dar para el desarrollo del plan de estudios de una nueva carrera es la revisión y el análisis de planes de estudios de carreras similares impartidos por otras instituciones educativas.⁸¹ Así, se revisaron planes de estudio de siete instituciones educativas, de los cuales cuatro fueron de nivel licenciatura, dos de profesional técnico y uno de bachillerato tecnológico.

Es conveniente destacar que las carreras estudiadas difieren no sólo en el nivel, sino en el enfoque que se da a la actividad profesional. Así, por ejemplo, la carrera impartida en el Instituto Tecnológico de Colima se caracteriza por tener un enfoque sumamente administrativo, mientras que la que imparte la Escuela Internacional de Turismo se inclina hacia las áreas de hotelería y gastronomía.

Como se mencionó anteriormente, por el enfoque que se da a las carreras, se pueden distinguir tres áreas de estudio dentro del ámbito del estudio turístico, con un nivel de abstracción que va de lo más general a lo más específico y de lo más teórico a lo más técnico:

1. Las licenciaturas en turismo.
2. Las licenciaturas en administración de empresas turísticas.
3. Las licenciaturas en hotelería y gastronomía.⁸²

⁸¹ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Lineamientos mínimos para la elaboración y reestructuración de planes de estudio*

⁸² SECRETARÍA DE TURISMO, Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo, Subcomisión de Nivel Superior, *Recomendaciones a las Escuelas de Turismo de Nivel Superior*,

Las características de los planes que se estudiaron son las siguientes:

Nº	INSTITUCIÓN	NIVEL	CARRERA	SEDE
1.-	Instituto Tecnológico de Colima	Licenciatura	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	Colima, Col.
2.-	Universidad de Guadalajara	Licenciatura	Licenciatura en Turismo	Guadalajara, Jal.
3.-	Instituto Politécnico Nacional	Licenciatura	Licenciatura en Turismo	México, D.F.
4.-	Escuela Internacional de Turismo	Licenciatura	Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas	México, D.F.
5.-	Colegio Nacional de Educación Profesional (CONALEP)	Técnico	Profesional Técnico en Hotelería y Gastronomía	Manzanillo, Col.
6.-	Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios N° 19 (CBTIS 19)	Técnico	Técnico en Turismo	Colima, Col.
7.-	Centro Bilingüe de Colima	Técnico	Profesional Técnico en Coordinación, Planeación y Promoción Turística	Colima, Col.

Fuente: Investigación propia

De las carreras analizadas, las más completas resultan ser la de la Universidad de Guadalajara y la del Instituto Politécnico Nacional, por la gran variedad de materia optativas que ofrecen en las más diversas áreas relacionadas con la actividad turística, y aunque ambas se denominan Licenciatura en Turismo, no corresponden exactamente con la categorización.

El plan de estudios que se desea estructurar contempla un profesionista con las siguientes características:

- Un profundo conocimiento, tanto teórico como práctico, del fenómeno turístico
- Una visión social y humanista del papel que la actividad turística puede representar para el desarrollo socioeconómico de nuestra entidad.
- Capacidad técnica y operativa en las áreas de hospedaje, alimentos y bebidas y operaciones turísticas.
- Con conocimientos de administración, sin considerarse sólo como un administrador.
- Una visión emprendedora que le permita crear y desarrollar proyectos turísticos

De la revisión de los planes de estudio se elaboró una tira de materias tentativa que, como se verá más adelante, funcionó como herramienta de investigación para la identificación de las asignaturas consideradas más importantes tanto por las empresas del sector como por los egresados de carreras turísticas.

Una situación que resaltó de la revisión de los planes es que prácticamente todas las carreras presentan asignaturas designadas de manera similar, aunque resulta obvio que no es lo mismo estudiar producción de alimentos y bebidas en el CBTIS 19 que en el Politécnico Nacional, lo cual nos lleva directamente a la conclusión de que no es tan importante la forma como se denominen las asignaturas, sino la profundidad, la amplitud, la intensidad y la calidad con que se impartan las asignaturas lo que va a determinar los niveles de calificación y competencia de los egresados.

Es muy importante destacar aquí que, hoy día, no existe en el Estado de Colima ninguna institución educativa de nivel superior que ofrezca estudios en el área del turismo a nivel licenciatura, postgrado o profesional asociado, pues el Instituto Tecnológico de Colima se encuentra en el proceso de cancelar su carrera turística, la cual, por otra parte, era la culminación de un tronco común con un enfoque esencialmente administrativo, contable y economicista. En lo que se refiere al Centro Bilingüe de Colima, nunca llegó a impartir su carrera turística. Las razones que ocasionaron tales situaciones las desconocemos, pues solamente se nos han brindado versiones extraoficiales.

Resulta verdaderamente paradójico que con el interés demostrado por los estudiantes de preparatoria por estudiar la carrera, la disposición de los empresarios para contratar egresados, así como la importancia y el potencial del sector turismo en la entidad, no exista dentro de la proporcionalmente enorme oferta de educación superior en el estado un capítulo dedicado al turismo.

5.3.- La demanda estudiantil para la carrera

a.- El diseño de la encuesta

Una parte importante del esfuerzo de investigación en torno a la viabilidad y pertinencia de la carrera objeto del trabajo se destinó a averiguar si habría interés por parte de los estudiantes potenciales por matricularse en ella. Para tal fin, se aplicó una encuesta entre la población estudiantil del nivel medio superior de la entidad con la finalidad de conocer la demanda estudiantil que la carrera podría llegar a tener. El primer paso que se dio fue identificar y localizar los planteles de educación media superior en la entidad, con los resultados que se describen a continuación.

Es oportuno mencionar aquí que la cantidad de encuestas a aplicar para dar validez a la investigación, tanto en el caso de la población estudiantil del nivel medio superior como de en las empresas del sector turismo, fue definida por la Dirección General de Educación

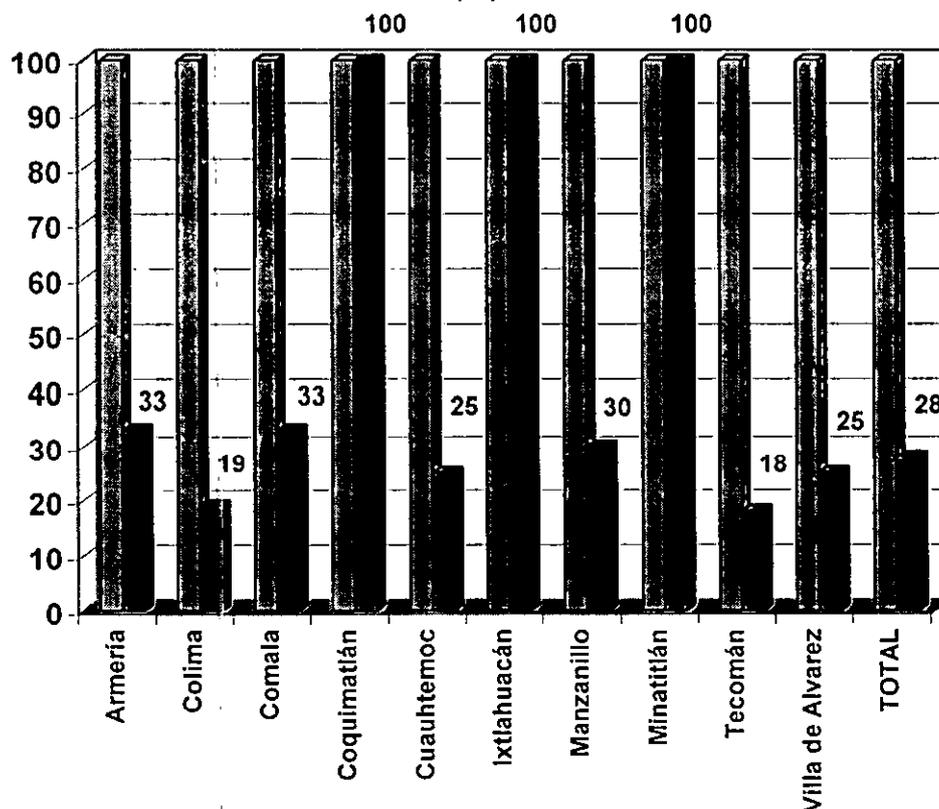
**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

SERVICIOS DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR EN EL ESTADO DE COLIMA

CUADRO POR MUNICIPIO

MUNICIPIO	ESCUELAS	GRUPOS	ALUMNOS	ESCUELAS	PROPORCIÓN ESCUELAS POR MUNICIPIO %
				ENCUESTADAS	
Armería	3	9	385	1	33
Colima	16	134	5507	3	19
Comala	3	20	630	1	33
Coquimatlán	1	4	151	1	100
Cuahtemoc	4	21	655	1	25
Ixtlahuacán	1	3	89	1	100
Manzanillo	10	77	2825	3	30
Minatitlán	1	4	137	1	100
Tecomán	11	65	1953	2	18
Villa de Alvarez	4	61	2471	1	25
TOTALES:	54	398	14803	15	28

**PROPORCIÓN DE ESCUELAS
ENCUESTADAS POR MUNICIPIO
(%)**



**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

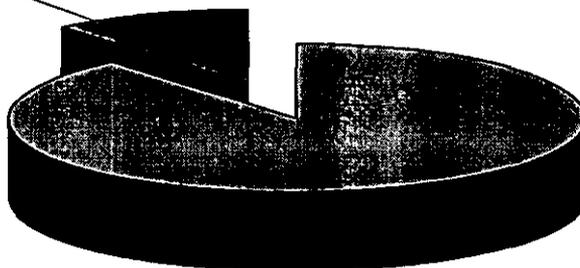
**PROPORCIÓN DE ALUMNOS ENCUESTADOS EN INSTITUCIONES
DE ENSEÑANZA MEDIA SUPERIOR EN EL ESTADO**

MUNICIPIO	INSTITUCIÓN	NUMERO DE ALUMNOS	NUMERO DE ENCUESTAS	PROPORCION ENCUESTADA
				%
ARMERIA	BACH. TEC. NO. 7	147	31	21
COMALA	BACH. TEC. NO. 17	226	34	15
COQUIMATLAN	BACH. TEC. NO. 18	120	28	23
CUAUHTEMOC	BACH. TEC. NO.12	150	23	15
IXTLAHUACAN	BACH. TEC. NO. 26	94	18	19
MINATITLAN	BACH. TEC. NO. 11	124	18	15
VILLA DE ALVAREZ	BACH. TEC. NO. 16	742	82	11
	TOTAL UNICOS	1603	234	15
COLIMA	BACH. TEC. NO. 1	1336	192	14
COLIMA	C.B.T.I.S. NO. 19	1480	203	14
COLIMA	INST. FRAY PEDRO DE G.	210	27	13
	TOTAL COLIMA	3026	422	14
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 8	631	74	12
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 9	214	35	16
MANZANILLO	CONALEP	496	57	11
	TOTAL MANZANILLO	1341	166	12
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 5	414	65	16
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 20	449	13	3
	TOTAL TECOMAN	863	78	9
	TOTAL GENERAL	6833	900	11

**PROPORCIÓN DE ALUMNOS ENCUESTADOS EN RELACIÓN CON
LA POBLACIÓN DE LAS INSTITUCIONES ENCUESTADAS**

(%)

ALUMNOS
ENCUESTADOS:
900
11%



POBLACIÓN:
6883 ALUMNOS

**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

ENCUESTA DE DEMANDA ESTUDIANTIL

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE RESPUESTAS A LAS PREGUNTAS 7, 8 Y 9

MUNICIPIO	INSTITUCIÓN	PREGUNTA 7						PREGUNTA 8					
		SI	%	NO	%	NC	%	SI	%	NO	%	NC	%
ARMERIA	BACH. TEC. NO. 7	29	93	2	7	0	0	28	90	2	7	1	3
COMALA	BACH. TEC. NO. 17	32	4	1	0	1	0	34	4	0	0	0	0
COQUIMATLAN	BACH. TEC. NO. 18	20	2	7	1	1	0	20	2	7	1	1	0
CUAUHTEMOC	BACH. TEC. NO.12	16	2	6	1	1	0	16	2	6	1	1	0
IXTLAHUACAN	BACH. TEC. NO. 26	17	2	1	0	0	0	17	2	1	0	0	0
MINATITLAN	BACH. TEC. NO. 11	13	1	5	1	0	0	12	1	6	1	0	0
VILLA DE ALVAREZ	BACH. TEC. NO. 16	52	6	30	3	0	0	58	6	24	3	0	0
	TOTAL UNICOS	179	20	52	6	3	0	185	21	46	5	3	0
COLIMA	BACH. TEC. NO. 1	113	13	71	8	8	2	106	12	78	9	8	1
COLIMA	C.B.T.I.S. NO. 19	187	21	14	2	2	0	185	21	14	2	4	0
COLIMA	INST. FRAY PEDRO DE G.	15	2	12	1	0	0	8	1	19	2	0	0
	TOTAL COLIMA	315	35	97	11	10	1	299	33	111	12	12	1
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 8	42	5	32	4	0	0	45	5	29	3	0	0
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 9	15	2	20	2	0	0	17	2	18	2	0	0
MANZANILLO	CONALEP	52	6	4	0	1	0	54	6	3	0	0	0
	TOTAL MANZANILLO	109	12	56	6	1	0	116	13	50	6	0	0
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 5	63	7	2	0	0	0	64	7	0	0	1	0
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 20	10	1	2	0	1	0	12	1	1	0	0	0
	TOTAL TECOMAN	73	8	4	0	1	0	76	8	1	0	1	0
	TOTAL GENERAL	676	75	209	23	15	2	676	75	208	23	16	2

MUNICIPIO	INSTITUCION	PREGUNTA 9									
		MA	%	VE	%	MI	%	IN	%	NC	%
ARMERIA	BACH. TEC. NO. 7	13	1	7	1	9	1	2	0	0	0
COMALA	BACH. TEC. NO. 17	26	3	3	0	2	0	3	0	0	0
COQUIMATLAN	BACH. TEC. NO. 18	14	2	2	0	7	1	4	0	1	0
CUAUHTEMOC	BACH. TEC. NO.12	13	1	2	0	4	0	4	0	0	0
IXTLAHUACAN	BACH. TEC. NO. 26	11	1	5	1	1	0	0	0	1	0
MINATITLAN	BACH. TEC. NO. 11	11	1	2	0	2	0	3	0	0	0
VILLA DE ALVAREZ	BACH. TEC. NO. 16	45	15	13	4	11	1	9	1	4	0
	TOTAL UNICOS	133	15	34	6	36	4	25	3	6	1
COLIMA	BACH. TEC. NO. 1	111	12	10	1	15	2	40	4	16	2
COLIMA	C.B.T.I.S. NO. 19	146	16	26	3	10	1	9	1	12	1
COLIMA	INST. FRAY PEDRO DE G.	13	1	1	0	3	0	8	1	2	0
	TOTAL COLIMA	270	30	37	4	28	3	57	6	30	3
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 8	43	5	5	1	6	1	16	2	4	0
MANZANILLO	BACH. TEC. NO. 9	19	2	7	1	3	0	3	0	3	0
MANZANILLO	CONALEP	36	4	6	1	7	1	8	1	0	0
	TOTAL MANZANILLO	98	11	18	2	16	2	27	3	7	1
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 5	33	4	15	2	4	0	12	1	1	0
TECOMAN	BACH. TEC. NO. 20	8	1	1	0	3	0	1	0	0	0
	TOTAL TECOMAN	41	5	16	2	7	1	13	1	1	0
	TOTAL GENERAL	542	60	105	12	87	10	122	13	44	5

Fuente: Investigación directa

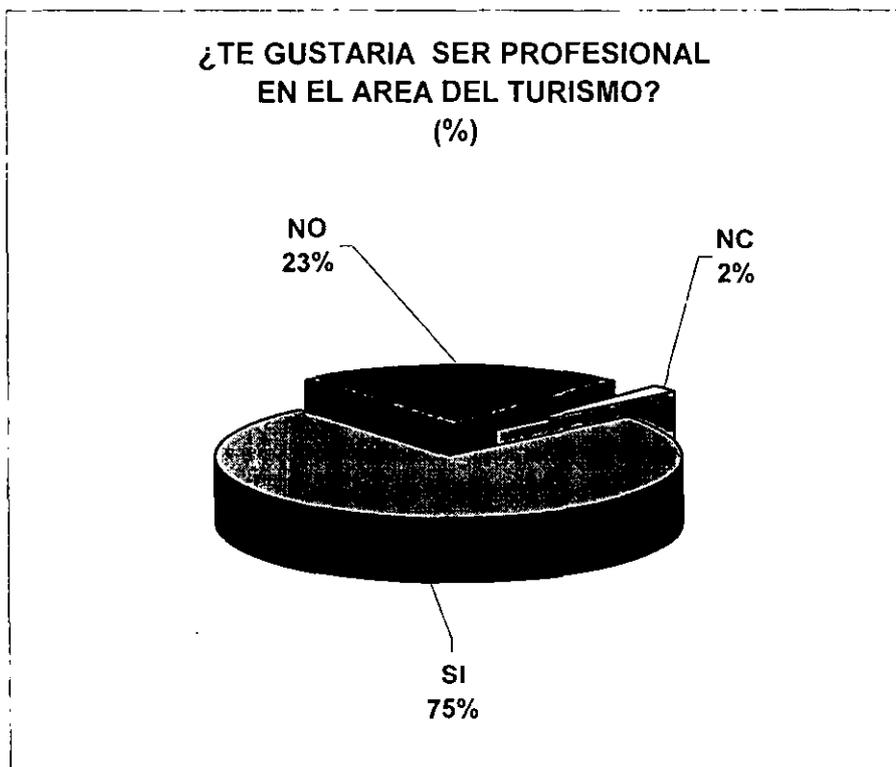
**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

**PREGUNTA 7: ¿TE GUSTARÍA ESTUDIAR UNA CARRERA PARA DESEMPEÑARTE DE MANERA
PROFESIONAL EN EL CAMPO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA?**

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE RESPUESTAS

PREGUNTA NO. 7		
RESPUESTA	ENCUESTAS	%
SI	676	75
NO	209	23
NC	15	2
TOTAL	900	100%



Fuente: Investigación directa

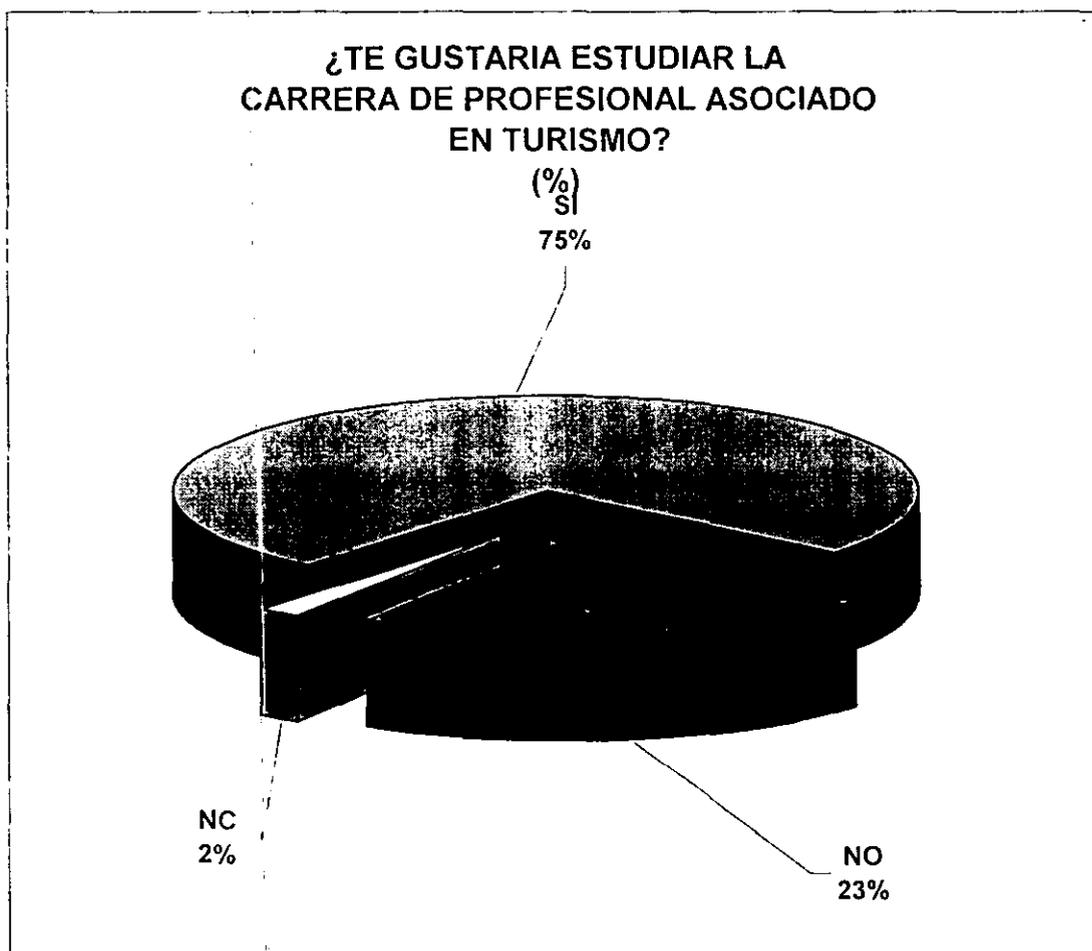
**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

PREGUNTA 8: ¿TE INTERESARÍA ESTUDIAR EN CUATRO SEMESTRES LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS CON LA OPCIÓN DE POSTERIORMENTE TERMINAR TUS ESTUDIOS A NIVEL LICENCIATURA?

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE RESPUESTAS

PREGUNTA NO. 8		
RESPUESTA	%	ENCUESTAS
SI	75	676
NO	23	208
NC	2	16
TOTAL	100	900



Fuente: Investigación directa

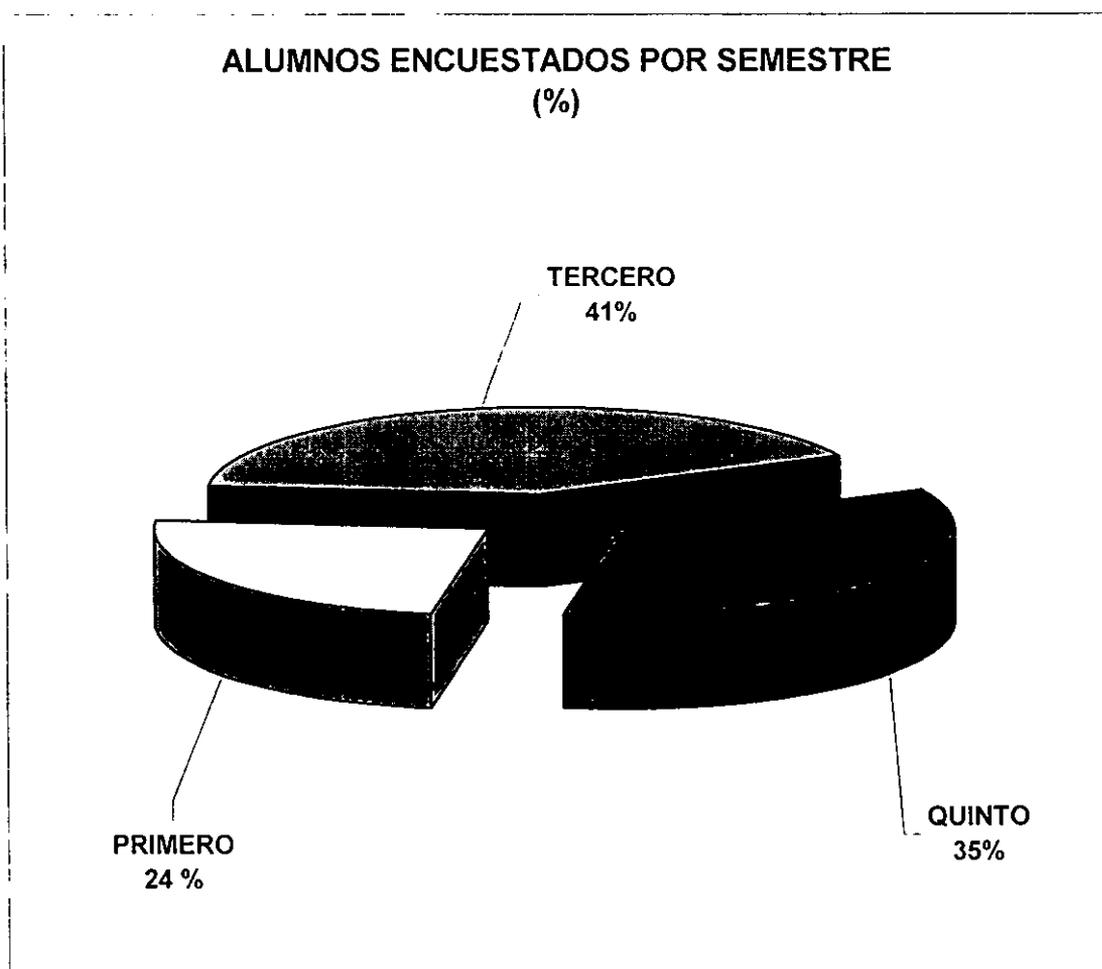
**INVESTIGACIÓN DE DEMANDA ESTUDIANTIL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS POR SEMESTRE

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE RESPUESTAS

SEMESTRE	%	ENCUESTAS
PRIMERO	24	216
TERCERO	41	372
QUINTO	35	312
TOTAL	100%	900



Fuente: Investigación directa

Superior, tomando en consideración el tamaño de las poblaciones, el tiempo y los recursos disponibles.

Operan en el Estado de Colima un total de 54 planteles de educación media superior, los cuales comprenden 398 grupos y 14,803 alumnos. El grueso de los planteles se concentra en los municipios de Colima (16), Tecomán (11) y Manzanillo (10).⁸³ La mayoría de los planteles depende de la Universidad de Colima, otros corresponden al sistema federal y algunos más son instituciones de carácter privado. Del total de planteles, se decidió encuestar por lo menos a una escuela de cada uno de los municipios del estado.

Así, en los municipios con poca población estudiantil del nivel se encuestó un plantel, lo cual fue el caso de los municipios de Armería, Comala, Coquimatlán, Cuauhtémoc, Ixtlahuacán y Minatitlán; en los municipios de Colima y Manzanillo se encuestaron tres planteles de características diversas en cada uno, mientras que en Tecomán se visitaron dos instituciones.

Para dar mayor validez a la investigación, se buscó no encuestar sólo bachilleratos de la Universidad de Colima, sino también algunos privados, como es el caso del Instituto Salesiano Fray Pedro de Gante y algunos planteles con carreras técnicas turísticas, tales como el Colegio Nacional de Educación Técnica Profesional de Manzanillo (CONALEP) y el Centro de Bachillerato Tecnológico y de Servicios N° 19 (CBTIS 19).

En atención a los criterios arriba mencionados, se aplicaron encuestas en un total de 15 planteles, lo cual representa el 28 % del total de instituciones de educación media superior de la entidad. Fueron aplicadas un total de 900 encuestas, mismas que cubrieron aproximadamente el 11 % de la población total de los planteles en que se aplicaron y un 6 % de la matrícula total del en el estado.

La aplicación de la encuesta también se distribuyó proporcionalmente entre los alumnos de primero, tercero y quinto semestre y, por otra parte, también se evitó encuestar a grupos ya encaminados vocacionalmente hacia carreras de las áreas tecnológicas, biológicas o agropecuarias, lo cual podría suceder con los estudiantes del último año.

Más específicamente, el objetivo último de la investigación fue averiguar si habría demanda suficiente para conformar dos grupos de primer semestre con 25 estudiantes cada uno.

Al momento de diseñar el instrumento de investigación, se consideró que sería muy directo presentarse con los estudiantes del nivel medio superior y simple y llanamente preguntarles: "¿Quieres estudiar la carrera de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos en la Escuela de Lenguas Extranjeras? ¿Sí o no?" Se acordó que sería más conveniente contextualizar la pregunta y, a través del cuestionario, proporcionar una especie de introducción a lo que es el ámbito de la carrera, para que el estudiante pudiera darse una

⁸³ GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA, Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación: *Estadística Básica del Sistema Educativo 1997 - 1998*, p. 56

idea o formarse una imagen. Se pensó que, de otra manera, el estudiante difícilmente tendría nociones acerca de lo que se le estaba preguntando.

Desde otro punto de vista, considerando el problema que representa tanto a nivel nacional como estatal en lo que respecta a la concentración de la matrícula en carreras del área de ciencias sociales y administrativas, se consideró conveniente que el instrumento de investigación no fuera sólo dirigido a obtener información, sino también a divulgar y orientar a los estudiantes, dejándoles saber que el turismo es otra área en la que pueden realizarse desde el punto de vista personal y profesional.

En atención a todo lo anterior, la encuesta se integró con nueve preguntas de opción múltiple, más preguntas de identificación del encuestado, con la finalidad de tener la posibilidad de convocar a aquellos estudiantes que manifestaran estar interesados en estudiar la carrera. Las preguntas de la 1 a la 6 se consideran como introductorias, mientras que las preguntas 7 y 8 preguntan directamente al estudiante si se interesaría por estudiar la carrera. La pregunta 9 se refiere a selección de horario de estudio. En este informe sólo se presentan las respuestas a las últimas tres preguntas. Se anexa un ejemplar del cuestionario para su conocimiento.

Al igual que con la encuesta dirigida a las empresas del sector y a los profesionistas de carreras turísticas con experiencia laboral, la respuesta proporcionada por los encuestados se toma de buena fe, es decir, asumiendo que respondieron el cuestionario de manera seria y veraz.

b.- Resultados

La respuesta de los estudiantes de nivel medio superior encuestados respecto a la posibilidad de introducir la carrera fue positiva y contundente.

El 82 % de las encuestas se concentró en los municipios de Colima, Manzanillo y Tecomán, mientras que el 18 % restante corresponde a los municipios de Armería, Coquimatlán, Cuauhtémoc, Comala, Ixtlahuacán, Minatitlán y Villa de Álvarez, los cuales, para fines de procesamiento de la información, se agruparon en una categoría a la que convencionalmente se le denominó *Municipios Rurales*.

Desde el punto de vista de la distribución por semestres, el 24 % de las encuestas respondidas correspondió a alumnos de primer semestre, el 41 % a alumnos de tercer semestre y el 35 % a alumnos de quinto. Este último semestre resulta particularmente importante porque ahí se encuentran los alumnos potenciales que se inscribirán en la primera generación de la carrera durante el próximo mes de agosto.

Y ya entrando directamente en materia, la pregunta número 7, que busca conocer el interés de los estudiantes por estudiar una carrera para desempeñarse de manera profesional dentro del sector turismo, obtuvo un 74 % de respuestas afirmativas y un 24 % de respuestas negativas, mientras que el 2 % de los encuestados se abstuvo de responder.

La pregunta número 8, que pregunta más específicamente si el alumno estaría interesado en inscribirse en la carrera de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos, obtuvo un 75 % de respuestas afirmativas, frente a un 23 % de respuestas negativas y un 2 % de abstenciones.

Extrapolando este resultado, las respuestas a las preguntas 7 y 8 indican que, con un 28 % de los planteles encuestados, contaríamos ya con más de 200 aspirantes para la carrera. Sin embargo, los resultados de esta encuesta no deben ser tomados al pie de la letra, sino sólo como un indicador de que sí hay demanda para la carrera, pues los resultados de la matrícula para el primer semestre también dependerán con mucho de las labores de divulgación y promoción que se realicen. Por otra parte, para un adolescente de preparatoria, no es lo mismo responder un cuestionario que tomar una decisión con posibles consecuencias para toda la vida.

Por último, en lo que se refiere al horario en que desearían estudiar los aspirantes, más de la mitad prefieren horario matutino (61 %), el 14 % solicitan horario vespertino y el 9 % mixto, mientras que al 13 % le resulta indiferente, absteniéndose de responder el 3 %, lo cual ubicaría tentativamente al horario de estudios dentro del turno matutino.

5.4.- Investigación del mercado laboral

De acuerdo con los lineamientos para el diseño curricular de la Universidad de Colima, la investigación del mercado laboral se presenta como uno de los prerrequisitos fundamentales para la determinación de la pertinencia de la carrera que se intenta implementar. De acuerdo con los criterios de pertinencia establecidos, se requiere establecer la *"necesidad y demanda actual y futura de los profesionales"*, con el propósito de *"situar a la carrera en una realidad y un contexto social"*. Para la realización del estudio del mercado ocupacional se efectuó una investigación de campo con las características y resultados que se describen a continuación.⁸⁴

5.4.1.- Preparación y realización del trabajo de campo

Previo a la ejecución del trabajo de campo, se realizaron actividades en dos sentidos. Primero que nada se procedió a localizar a las empresas turísticas de la entidad, para lo cual se realizaron consultas en el directorio telefónico, el directorio turístico nacional denominado "Turistampa"⁸⁵ y, especialmente, el Directorio de Servicios Turísticos elaborado por la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Colima, el cual finalmente pasamos a

⁸⁴ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: Estudio de mercado de mano de obra calificada: Técnico / Profesional (Propuesta para solicitar recursos a FOMES),

⁸⁵ TIPOGRAFÍA Y DISEÑO COMPUTARIZADO, S.A. DE C. V. :*Directorio TURISTAMPA de la Industria Turística Nacional*

considerar como listado oficial. Los otros dos directorios se continuaron utilizando para localizar datos como domicilios, teléfonos, etc.

El directorio oficial registra un total de 348 empresas turísticas en la entidad, localizadas en 7 municipios (Armería, Comala, Colima, Manzanillo, Tecomán, Cuauhtémoc y Villa de Álvarez) y distribuidas en seis giros de actividad: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, arrendadoras de automóviles, líneas aéreas y *discotecas*.⁸⁶

Por otra parte, se procedió a diseñar el cuestionario que serviría como instrumento para recopilar la información necesaria. Obviamente, el paso que precedió al diseño de la encuesta fue el proyecto de investigación, en el cual se establecieron objetivos, hipótesis, variables, indicadores, etc. A través del cuestionario se buscó recopilar información dentro de cuatro rubros fundamentales: identificación de la empresa que responde, percepción de los egresados de carreras turísticas y de su desempeño profesional por parte de los empleadores, disponibilidad para contratar egresados de carreras turísticas y, por último, preguntas destinadas a incorporar su participación en el diseño del plan de estudios.

Se utilizaron tanto preguntas abiertas como cerradas y de opción múltiple, así como reactivos con escala de valoración. Durante la prueba del instrumento se detectó cierta dificultad por parte de algunos prestadores de servicios turísticos para responder algunas de las preguntas abiertas, por lo que se consideró la posibilidad de eliminarlas o convertirlas en reactivos de otro tipo; finalmente, se optó por conservarlas considerando que, si bien no siempre se respondían en el sentido en que se formularon o de plano no se contestaban, si resultaban de utilidad porque permitían expresarse abiertamente a quienes respondían, lo cual nos proporcionaría una información más rica, si bien más difícil de procesar.

También se detectó que, en algunos casos, las personas que contestaban no comprendían el vocabulario, especialmente en el apartado de las asignaturas. Afortunadamente, nos percatamos durante la etapa de la prueba y se acordó que los encuestadores deberían asistir a los encuestados explicando más ampliamente el sentido de las preguntas.

Para el diseño del cuestionario se revisaron los planes de estudios de carreras turísticas de cuatro instituciones de educación superior y tres de nivel técnico, de entre los cuales se hizo una selección de setenta asignaturas, con la finalidad de que tanto los empleadores potenciales como los egresados de carreras turísticas calificaran la importancia que dichas asignaturas revisten para su desempeño laboral y profesional.

Para la valoración de la importancia de las asignaturas se proporcionó una escala de valoración, con el propósito de que los encuestados identificaran con claridad las asignaturas que consideraran importantes, diferenciándolas de las consideradas innecesarias. Se anexa para su conocimiento un ejemplar del cuestionario.

⁸⁶ GOBIERNO DEL ESTADO DE COLIMA, Secretaría de Turismo: *Directorio de Servicios Turísticos del Estado de Colima*

Previo a la realización de la encuesta se efectuó una selección de empresas, teniendo en consideración su localización en los diversos municipios del estado, su giro y su vocación turística, en el sentido de que numerosos restaurantes, bares y hoteles se hallan más al servicio de la población local que de los visitantes. Así, se seleccionaron las 123 empresas a las que se consideró más representativas de la actividad turística. Entre los criterios de selección se consideró que fueran empresas serias, solventes y con determinada calidad en los servicios que proporcionan, así como prestigio y cierta antigüedad; también se buscó encuestar a empresas pertenecientes a compañías con operaciones a nivel nacional e internacional, a fin de contar con parámetros de valoración que permitieran superar el ámbito estatal.

Se elaboró una carta de presentación dirigida a los titulares de cada uno de los negocios seleccionados y, posteriormente, un equipo de cuatro personas procedió a aplicar las encuestas a todo lo largo y ancho del estado. En todos los casos, se logró que las encuestas fueran respondidas por personas directamente involucradas con la evaluación y contratación del personal.

Se logró obtener un total de 70 encuestas válidas, las cuales equivalen al 20 % del total de las empresas registradas en el directorio oficial. Sabemos que se pudieron haber obtenido más, pero por razones de tiempo y recursos se decidió detenerse en esa cantidad. No se estableció un límite a los recursos a utilizar, pero el trabajo se realizó con un sentido de economía y ahorro. La información de campo se levantó durante los meses de octubre y noviembre de 1998.

Algunas de las empresas que resultaron seleccionadas habían cambiado de domicilio, otras habían dejado de operar y algunas otras operan sólo por temporadas -como es el caso de ciertas empresas de Cuyutlán-. Algunas compañías respondieron de inmediato, pero otras más se tardaron demasiado en contestar; algunas traspapelaron los cuestionarios y otras simple y llanamente no nos respondieron. Finalmente, también se encuestaron empresas no registradas en el directorio, a pesar de que se seleccionaron sobre la marcha por su éxito aparente y su intensa operación.

5.4.2.- Resultados de la encuesta

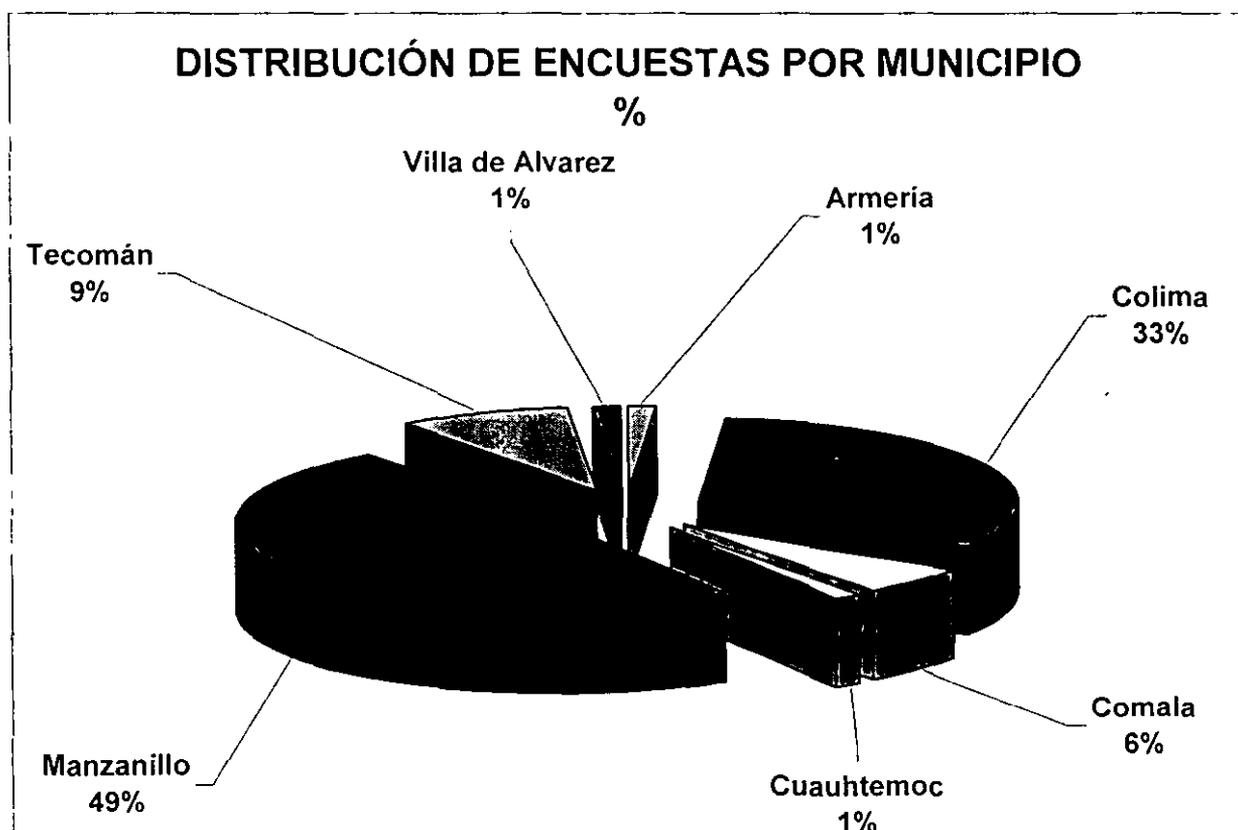
a).- Empresas encuestadas

De las 348 empresas registradas en el Directorio de Servicios Turísticos de la Secretaría de Turismo, el 42 % se localiza en el municipio de Manzanillo, el 26 % en el municipio de Colima, el 14 % en el de Tecomán, el 11 % en Armería y el 7 % restante se divide entre los municipios de Comala, Villa de Álvarez y Cuauhtémoc.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CANTIDAD DE EMPRESAS ENCUESTADAS POR MUNICIPIO

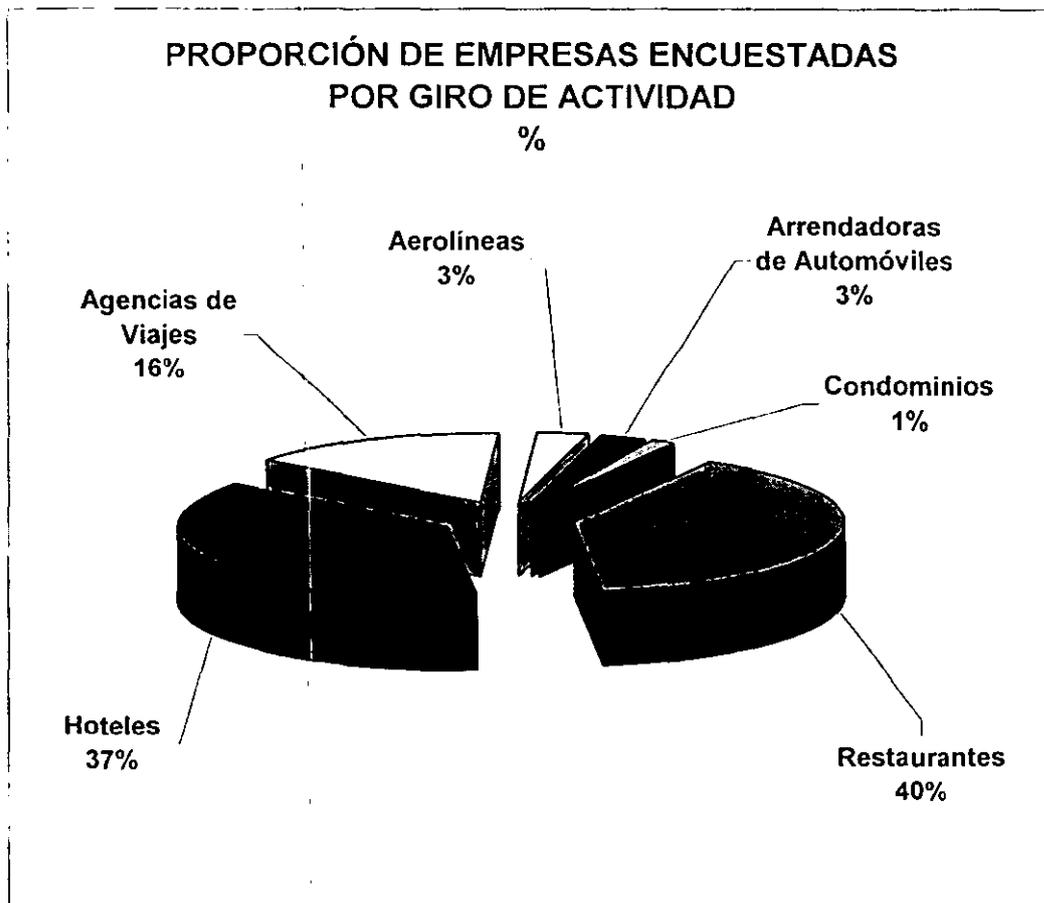
Nº	MUNICIPIO	NUMERO DE EMPRESAS	%
1	Armería	1	1
2	Colima	23	33
3	Comala	4	6
4	Cuauhtemoc	1	1
5	Manzanillo	34	49
6	Tecomán	6	9
7	Villa de Alvarez	1	1
TOTAL		70	100



Fuente: Investigación directa

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS ENCUESTADAS POR GIRO DE ACTIVIDAD
CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE DATOS**

Nº	GIRO	CANTIDAD	%
1	Restaurantes	28	40
2	Hoteles	26	37
3	Agencias de Viajes	11	16
4	Aerolíneas	2	3
5	Arrendadoras de Automóviles	2	3
6	Condominios	1	1
	TOTAL:	70	100



Fuente: Investigación directa

En lo que respecta al giro de actividad, los hoteles representan el 45 % de las empresas establecidas, los restaurantes el 40 %, las agencias de viajes el 7 % y las aerolíneas y arrendadoras de automóviles el 2 % cada una. A pesar de representar al 4 % de las empresas turísticas del estado, no se encuestó ninguna *discoteca*, debido a su horario de operación nocturna, pues normalmente las encuestas fueron aplicadas en horas hábiles, mientras el personal se encontraba laborando.

Como se mencionó anteriormente, se encuestaron 70 empresas, que representan el 20 % del total de empresas registradas en el directorio considerado como oficial. De las empresas encuestadas, el 49 % se localiza en el municipio de Manzanillo, el 33 % en Colima, el 9 % en Comala, el 6 % en Armería y el 1 % en cada uno de los municipios de Cuauhtémoc, Armería y Villa de Álvarez. Se anexa para su conocimiento una relación de las empresas encuestadas con todos sus datos de identificación a la vista.

En lo que se refiere al giro de actividad de las empresas encuestadas, el 40 % son restaurantes, el 38 % hoteles y condominios, el 16 % agencias de viajes; aerolíneas y arrendadoras de automóviles representan el 3 % cada una. No se logró establecer una relación directamente proporcional entre el tamaño del estrato por giro o municipio y la cantidad de empresas encuestadas en cada uno de ellos, debido a que no todas las empresas accedieron a responder las encuestas y, por otra parte, se disponía de un plazo limitado para recabar la información de campo. La premura del tiempo determinó que, una vez concluido el lapso señalado, se procediera a cerrar la contabilidad.

Es importante mencionar aquí que, además del giro de actividad, las empresas encuestadas varían considerablemente en otro sentido: el volumen de su inversión y de sus operaciones. Nos encontramos desde la empresa mínima, constituida por una persona, un local, un escritorio y un teléfono, hasta compañías con enormes inversiones en activos, como aerolíneas y empresas hoteleras, pasando por empresas medianas de carácter familiar.

Mediante esta categorización informal, logramos detectar que las empresas más grandes y más exitosas son más positivas respecto a la apertura de la carrera y a la contratación de egresados. Las empresas menores o con menor éxito aparente no perciben la utilidad de contratar profesionales del turismo. Pensamos que posiblemente eso se debe a que piensan que su compañía no lo amerita, que no pueden pagar personal de esa categoría o, muy probablemente, que resultaría un costo no redituable. También pensamos que es posible que percepciones de ese tipo constituyan un círculo vicioso para algunas empresas que no han logrado desarrollarse.

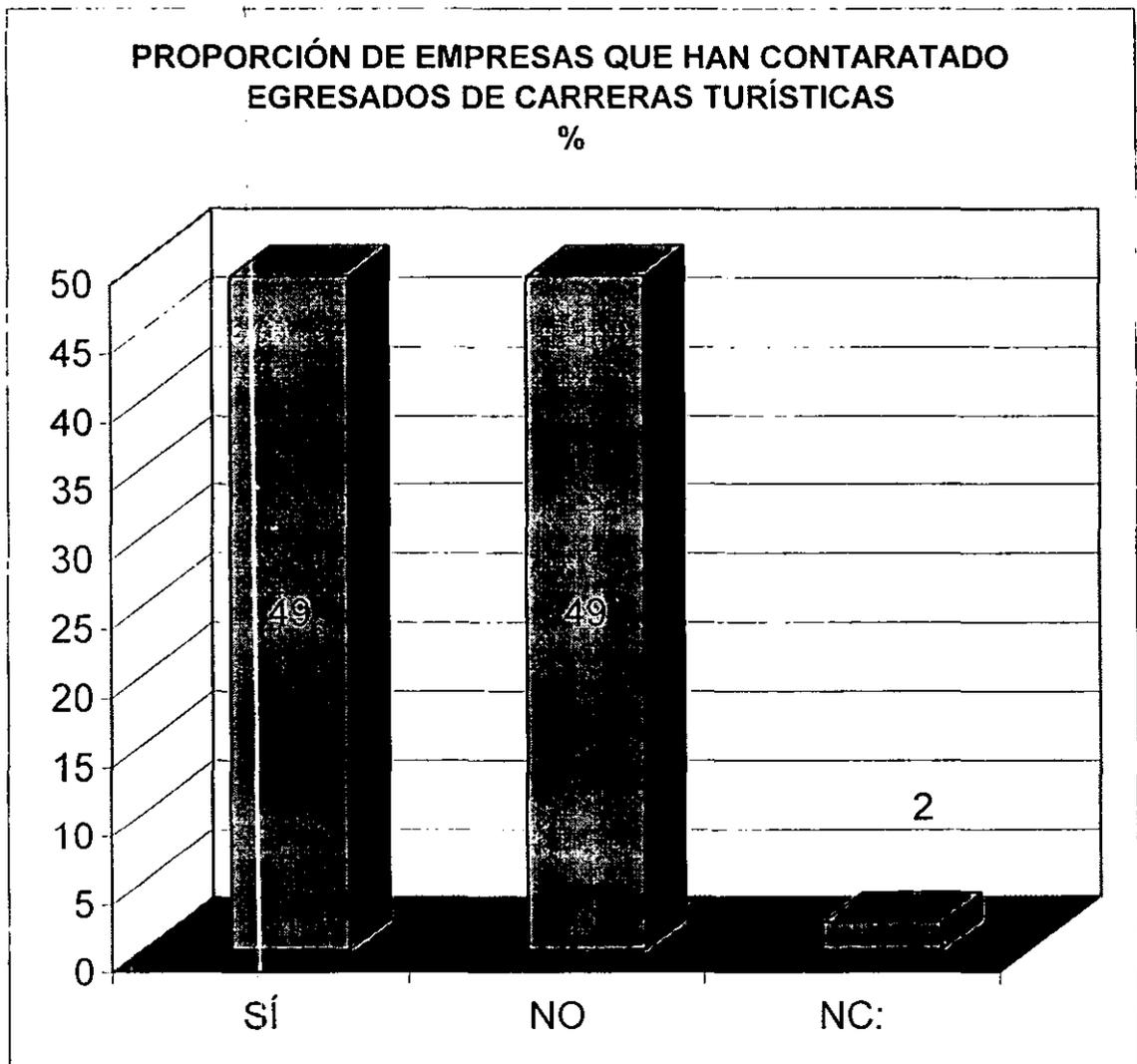
Al igual que con la encuesta dirigida a los estudiantes de nivel medio superior y a los profesionistas de carreras turísticas con experiencia laboral, la respuesta proporcionada por los encuestados se toma de buena fe, es decir, asumiendo que respondieron el cuestionario de manera seria y veraz.

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO**

PREGUNTA N° 1:

*¿SU EMPRESA HA CONTRATADO PERSONAL
EGRESADO DE CARRERAS TURÍSTICAS?*

RESPUESTAS	Nº	%
SI	34	49
NO	34	49
NC:	2	2
TOTALES	70	100



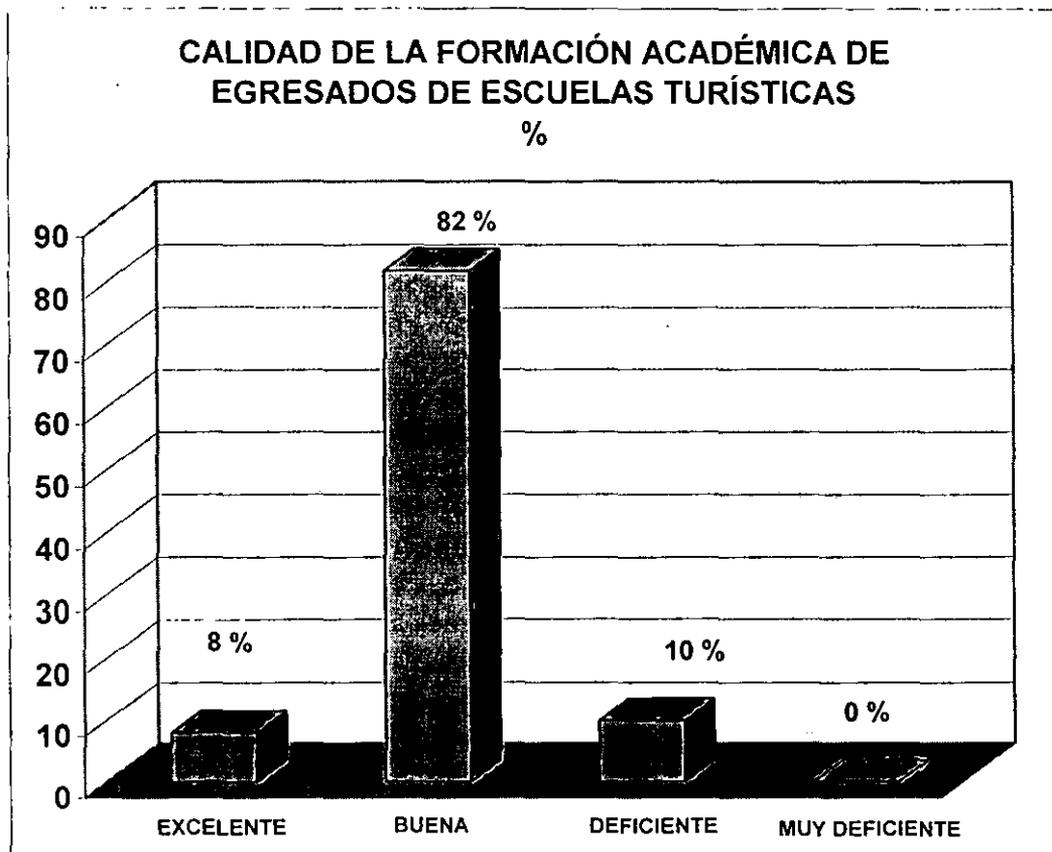
Fuente: Investigación directa

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO**

PREGUNTA N° 3:

*LA FORMACIÓN ACADÉMICA DEL PERSONAL EGRESADO
DE CARRERAS TURÍSTICAS PUEDE CONSIDERARSE:*

RESPUESTAS	N°	%
EXCELENTE	3	8
BUENA	32	82
DEFICIENTE	4	10
MUY DEFICIENTE	0	0
TOTAL:	39	100



Fuente: Investigación directa

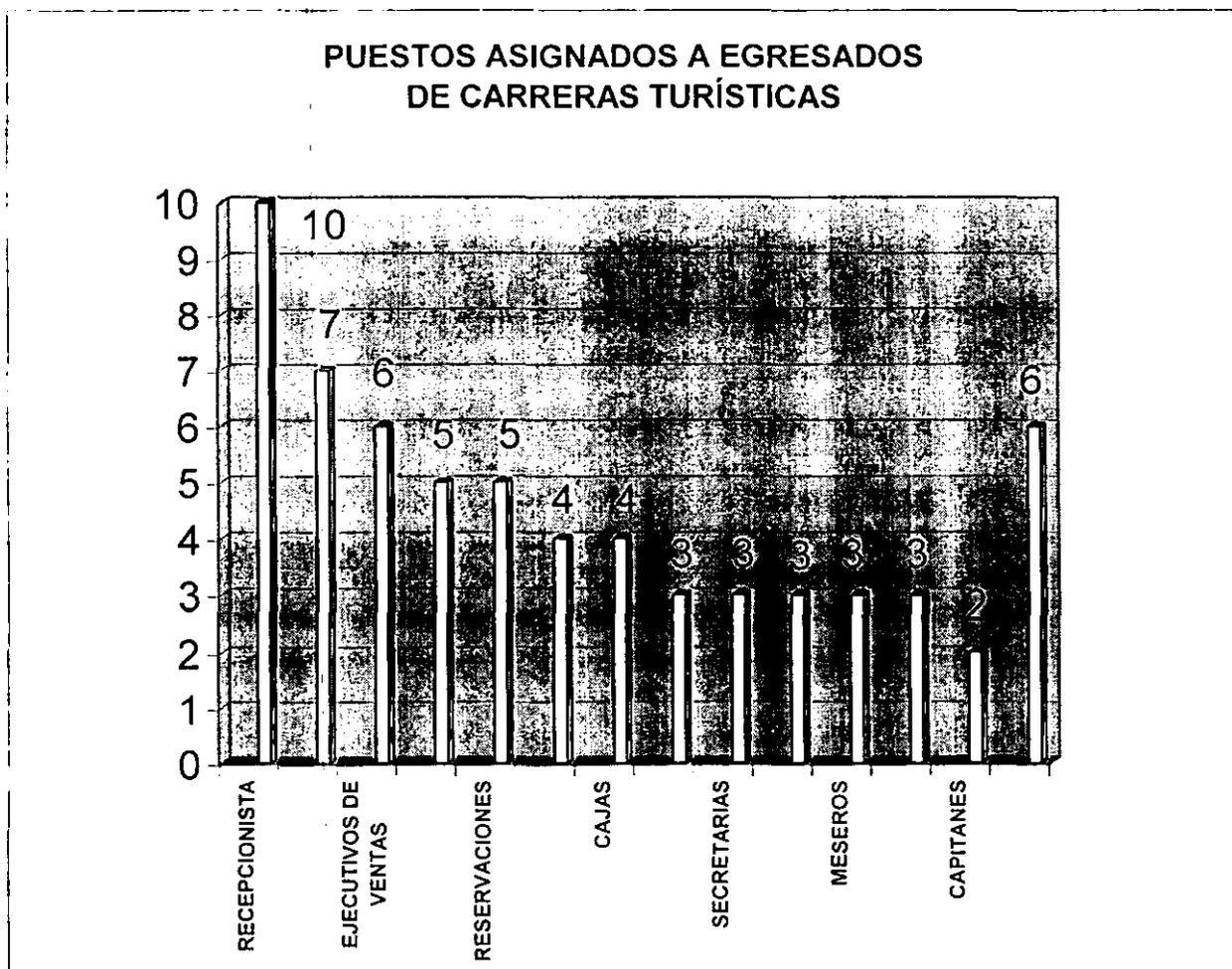
INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 4:

*¿QUÉ TIPO DE PUESTOS SE HAN ASIGNADO A
EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS?*

TIPO DE PUESTOS MAS FRECUENTE	FRECUENCIA
RECEPCIONISTA	10
PUESTOS GERENCIALES	7
EJECUTIVOS DE VENTAS	6
CONTABILIDAD	5
RESERVACIONES	5
ADMINISTRATIVOS	4
CAJAS	4
ATENCIÓN A CLIENTES	3
SECRETARIAS	3
COCINEROS	3
MESEROS	3
BARMANS	3
CAPITANES	2
DIVERSOS	6



Fuente: Investigación directa

b).- Resultados por áreas de información

Toda la información capturada mediante las encuestas se vació en una base de datos computarizada. En el caso de las preguntas cerradas se procedió a obtener proporciones simples. En las preguntas abiertas se analizaron las respuestas, construyendo categorías con respuestas cuyo sentido es similar, a pesar de que la redacción pudiera parecer distinta; enseguida, se distribuyeron las respuestas entre las diversas categorías y se procedió a contabilizarlas para jerarquizarlas. El tratamiento de la información para la selección de las asignaturas de la carrera siguió un proceso más elaborado, que más adelante se describe con todo detalle.

En general, la respuesta de las empresas a la propuesta de que la Universidad de Colima abra una carrera en el área turística fue recibida muy positivamente y en ocasiones hasta con entusiasmo. Las respuestas de la encuesta se presentan en tres categorías: respuestas relativas a aspectos laborales, respuestas relativas al perfil del egresado y respuestas relativas a la selección de la tira de materias.

c).-Respuestas relativas a aspectos laborales

Uno de los primeros aspectos que se deseaba conocer era la percepción de las empresas del sector respecto a los egresados de carreras turísticas, para saber si la formación que recibieron se valora positivamente y, consecuentemente, si vale la pena que las instituciones de educación superior destinen tiempo y recursos en ese sentido.

Antes de preguntar sobre el concepto que los encuestados tenían sobre los egresados de las carreras turísticas, teníamos que saber si los habían empleado, por lo que la primer pregunta de la encuesta se elaboró para tal fin, con el resultado de que sólo la mitad (49 %) de las empresas contaba actualmente entre su personal o había contratado en alguna ocasión a egresados de carreras turísticas. El 2 % nos informó que habían estado en la empresa, pero en carácter de prácticas profesionales. De acuerdo con el tamaño de la empresa, hubo algunas que sólo tenían experiencia con uno o dos egresados, pero las grandes empresas habían experimentado con bastantes más.

También queríamos saber de cuáles instituciones educativas había egresado el personal que se deseaba contratar y, afortunadamente, los empleadores lo sabían. Así, nos enteramos de que, en las empresas encuestadas, la mayor parte de los profesionistas turísticos de nivel licenciatura eran egresados del Instituto Tecnológico de Colima (13), mientras que los egresados del nivel técnico provenía del plantel del CONALEP en Manzanillo y de diversos CBTIS, advirtiéndose una mayor presencia de personal capacitado a nivel técnico (15).

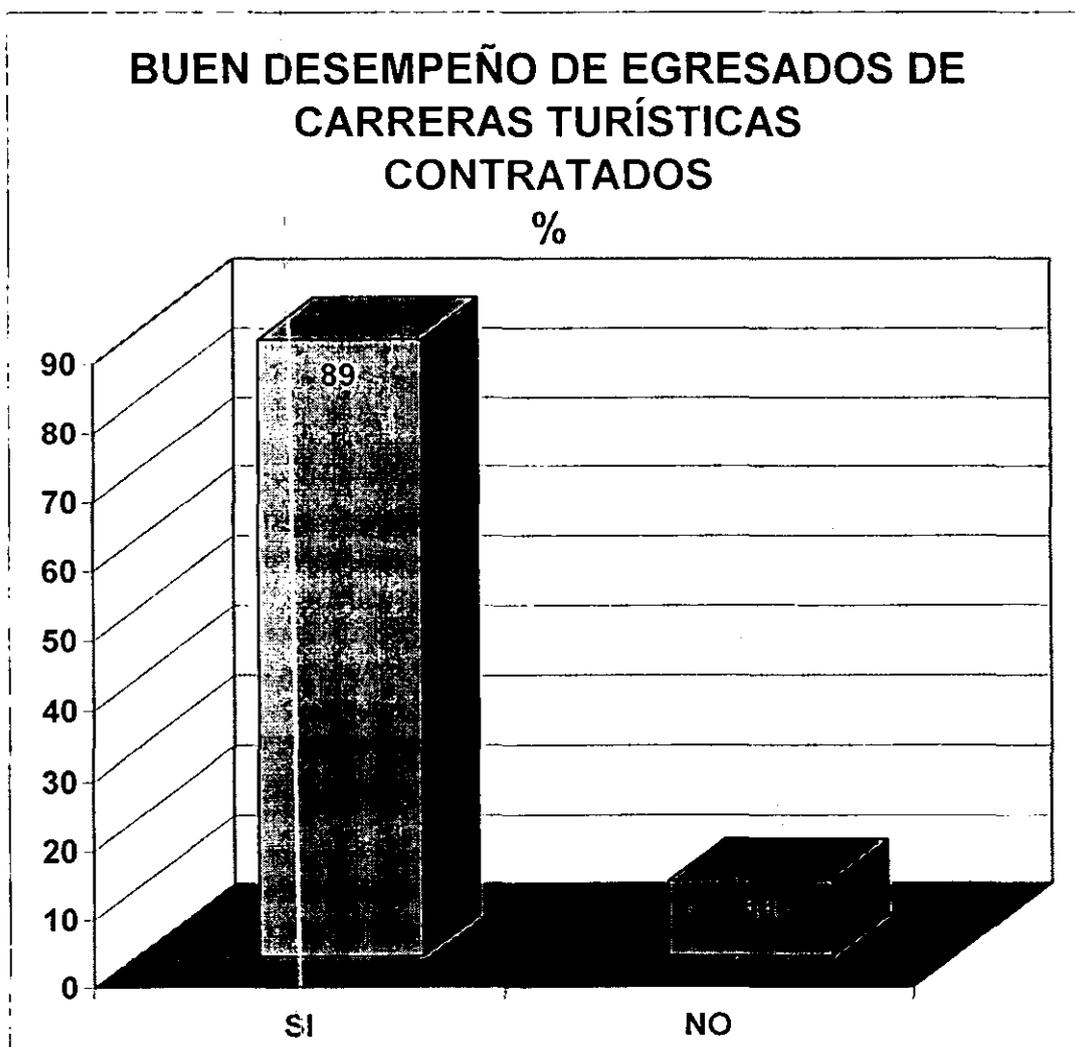
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA N° 5:

*¿CONSIDERA USTED QUE LOS EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS
HAN TENIDO UN BUEN DESEMPEÑO EN SU EMPRESA?*

RESPUESTAS	N°	%
SI	31	89
NO	4	11
TOTAL:	35	100



Fuente: Investigación directa

Aparentemente, después de adquirir experiencia, muchos de los egresados tienen la oportunidad de acceder a puestos gerenciales (7 respuestas) o ejecutivos (6 respuestas), pues fueron las categorías que siguieron en importancia. También destacó en esta pregunta la importancia que las funciones de ventas, contabilidad y administración tienen para los egresados y, por otra parte, también resultaron significativos en su conjunto los puestos de alimentos y bebidas.

La valoración expresada por los encuestados en lo que se refiere a la calidad de la formación de los egresados de carreras turísticas fue bastante positiva, pues el 90 % de ellos consideraron que fue superior (8 %) o buena (82 %), mientras que sólo el 10 % consideró que fue deficiente; ninguno la calificó como muy deficiente.

La pregunta dirigida a la evaluación del desempeño laboral de los egresados de carreras turísticas resultó tan positiva como la pregunta relativa a la calidad de su formación: casi el 90 % de los encuestados manifestó que los egresados de carreras turísticas han tenido un buen desempeño en la empresa, lo cual puede considerarse una buena calificación.

Las preguntas 10 y 11 pueden ser consideradas las más importantes de todo el cuestionario. En la 10 se pregunta sobre la disposición de las empresas para contratar al personal egresado de la carrera turística tentativa. La respuesta por parte de las empresas fue afirmativa y contundente: el 90 % de las empresas declararon estar dispuestas a contratar personal egresado de la escuela. Al preguntarles sobre las razones por las cuales estarían interesados en contratarlos, las respuestas resultaron un tanto obvias: se requiere personal capacitado (8), se requiere personal técnico y profesional (5) y diversas respuestas que pueden resumirse en que es conveniente para la empresa (9).

Esto significa que, de acuerdo con las respuestas proporcionadas por los encuestados, definitivamente existe un mercado laboral para los egresados de una carrera turística.

La pregunta 11 indaga sobre el ingreso al cual pueden aspirar los egresados de una carrera turística. Esta es una pregunta delicada que muchos encuestados evadieron contestar directamente. Se hizo hincapié en que la pregunta se refería a personal de nuevo ingreso en las empresas y recién egresado de la carrera. La respuesta que obtuvo mayor frecuencia (12) se ubica entre \$ 3,000.00 y \$ 4,000.00 mensuales, lo cual no puede calificarse como un ingreso excelente, pero sí razonable para un profesionista recién egresado y considerando la situación económica; 14 respuestas son evasivas y condicionan el ingreso a las aptitudes y conocimientos o al puesto que se asigne al solicitante; 8 respuestas ubican el ingreso entre \$ 1,000.00 y \$ 2,000.00, lo cual definitivamente es bajo, pero más apegado a la realidad de las empresas colimenses. 7 respuestas ubican el ingreso de los recién egresados de \$ 5,000.00 hacia arriba, lo cual definitivamente sí puede considerarse como un buen ingreso para un recién egresado, aunque también parece excesivamente optimista.

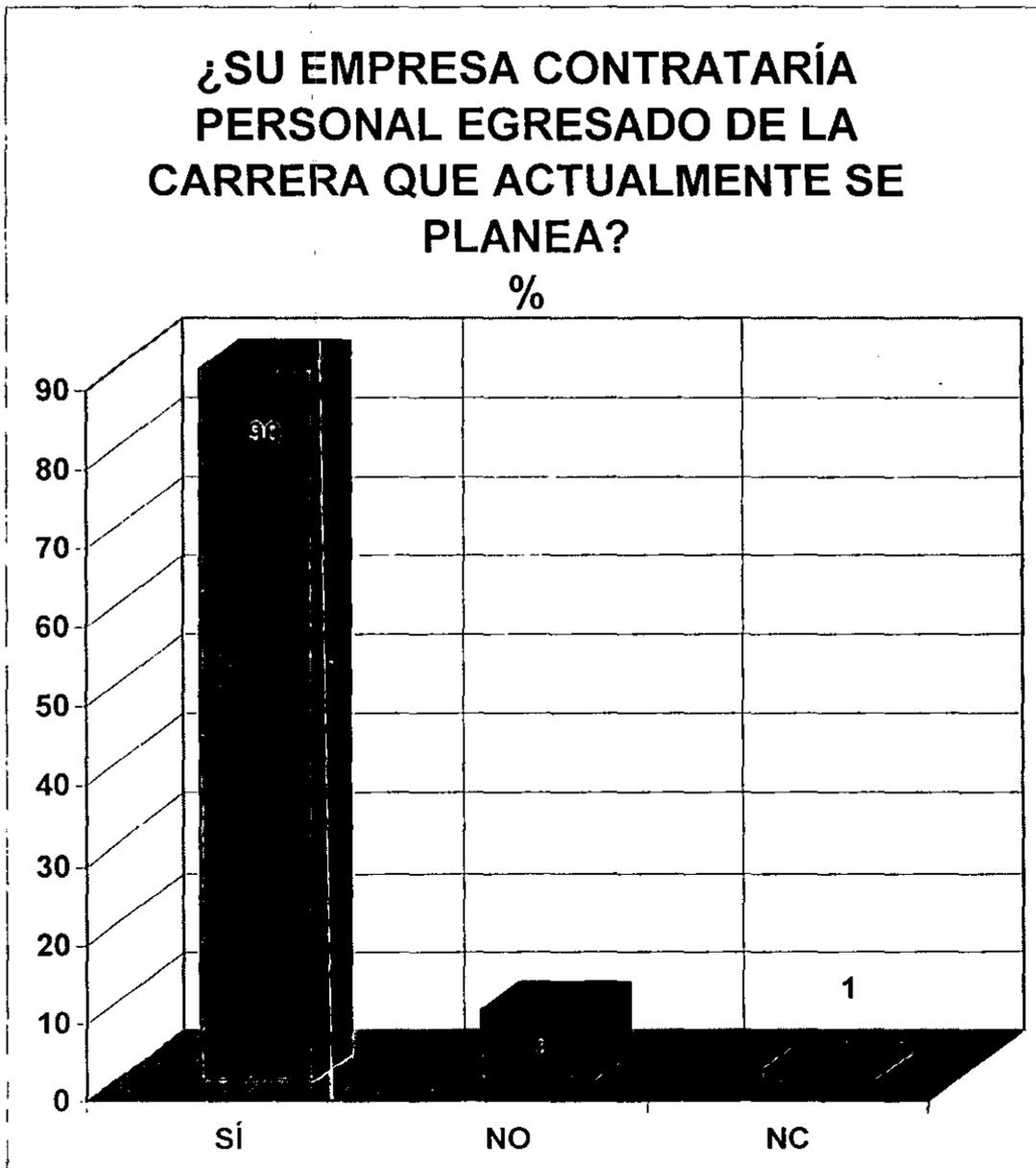
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 10:

*¿ SU EMPRESA ESTARÍA DISPUESTA A CONTRATAR PERSONAL EGRESADO
DE LAS CARRERAS TURÍSTICAS ACTUALMENTE EN PROCESO DE PLANEACIÓN?*

RESPUESTAS	Nº	%
SI	63	90
NO	6	9
NC	1	1
TOTAL:	70	100



Fuente: Investigación directa

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

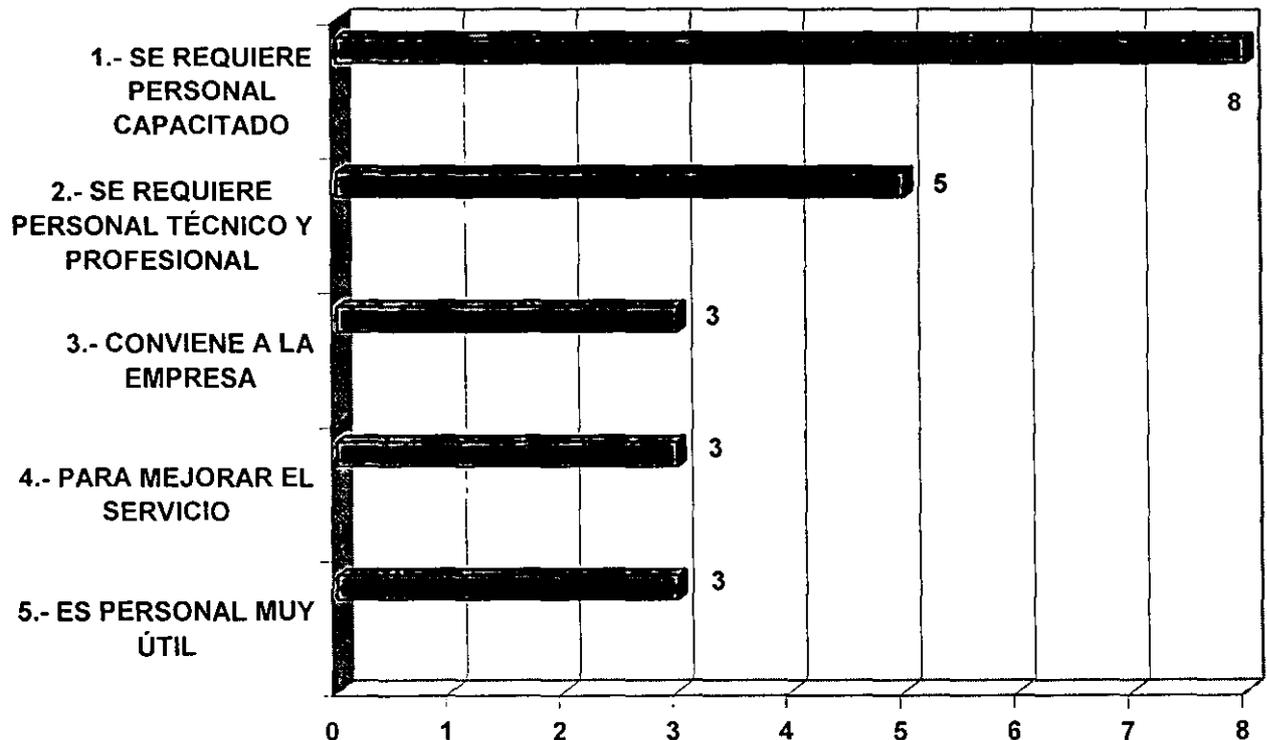
PREGUNTA 10: (CONTINUACIÓN)

¿POR QUÉ?

RESPUESTAS MÁS FRECUENTES
(26 RESPUESTAS)

RESPUESTAS	FRECUENCIA
1.- SE REQUIERE PERSONAL CAPACITADO	8
2.- SE REQUIERE PERSONAL TÉCNICO Y PROFESIONAL	5
3.- CONVIENE A LA EMPRESA	3
4.- PARA MEJORAR EL SERVICIO	3
5.- ES PERSONAL MUY ÚTIL	3

¿POR QUÉ CONTRATARÍA AL PERSONAL EGRESADO DE LA
CARRERA TURÍSTICA QUE ACTUALMENTE SE PLANEA?



Fuente: Investigación directa

Para saber a qué tipo de puestos podrían aspirar los egresados de una carrera turística tentativa, así como el desempeño, la confianza y los niveles de responsabilidad alcanzados por los egresados, preguntamos a los encuestados acerca de las diversas posiciones que se habían asignado a los egresados de carreras turísticas dentro de la empresa. Se nos informó que, en las empresas hoteleras, comúnmente se ubica a los recién egresados en la recepción (10 respuestas) para que se "fogueen" -adquieran experiencia- tanto en labores administrativas como en atención al público, por lo que es el puesto que con más frecuencia se mencionó.

Es importante para el diseño curricular saber si el mercado ocupacional está más interesado en personal calificado a nivel de técnico superior o a nivel de licenciatura. La pregunta 13 se redactó en ese sentido y el resultado es que definitivamente la preferencia es hacia el personal técnico: 37 % frente a un 17 % que manifestó preferencia por el personal de nivel licenciatura. Esta respuesta tiene sentido, pues normalmente las empresas requieren de más personal técnico y operativo que ejecutivo y, por otra parte, es a ese nivel en donde más se requiere incrementar la calidad y los rendimientos. También se nos ocurrió que la preferencia puede obedecer a que contratar personal técnico significa menos emolumentos por pagar. Los porcentajes de no respuestas o dentro de la categoría "Ambas" se interpretaron como indecisión o respuestas no comprometidas (47 % entre las dos).

Dentro del actual proceso de investigación, la pregunta 12 tiene más relevancia de la que aparenta para la planeación de la carrera, especialmente si consideramos que toda carrera de técnico superior universitario conlleva un elevado componente de aprendizaje práctico y en el lugar de trabajo. En este renglón, la respuesta empresarial también puede considerarse definitivamente positiva, pues solo el 7 % de los encuestados mencionó no estar dispuesto a permitir a los estudiantes efectuar sus prácticas profesionales en la empresa, mientras que un 90 % se manifestó a favor.

d) Respuestas a preguntas abiertas relativas al diseño del perfil de los egresados

La pregunta 8 se formuló con la intención de incorporar la participación de las empresas en el diseño del perfil de los egresados. De manera abierta, se les pidió que expresaran libremente los conocimientos, habilidades, actitudes y destrezas que consideraban que debería reunir un egresado de la carrera objeto del estudio.

Evidentemente, sabemos que las personas que respondieron las encuestas no son especialistas en pedagogía o diseño curricular, por lo que no en todos los casos respondieron específicamente lo que se estaba preguntando. Algunos de los encuestados manifestaron su comprensión de esta situación absteniéndose de responder a estas preguntas. Sin embargo, a través de sus respuestas, expresadas libremente, logramos identificar *grosso modo* algunas de las principales expectativas de las empresas del sector en lo que se refiere al perfil profesional del egresado de una carrera turística.

Los principales conocimientos que los empresarios del sector manifestaron esperar en los egresados de las carreras turísticas fueron, en primer lugar, los idiomas (17 respuestas), aunque más adelante veremos que esto significa básicamente inglés; enseguida, conocimientos administrativos (11 respuestas) y después relaciones humanas (9) y conocimiento del fenómeno turístico (8).

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

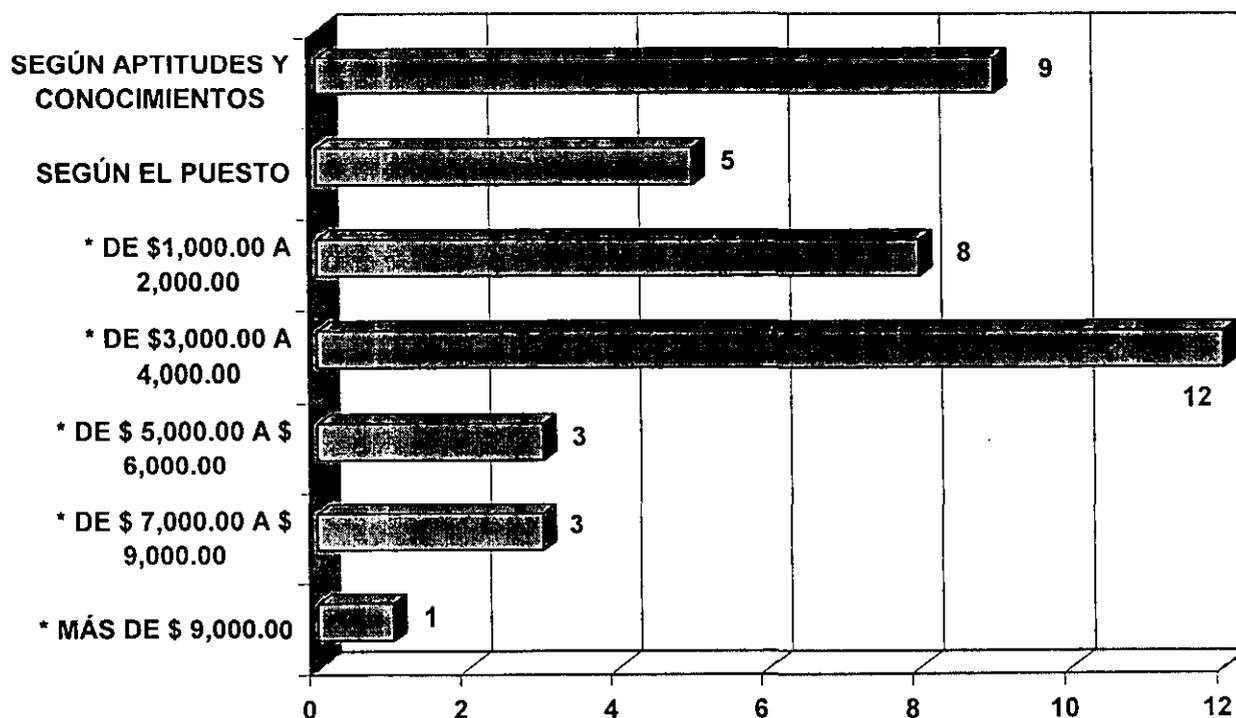
PREGUNTA 11:

*¿A QUÉ INGRESO PUEDE ASPIRAR EL PERSONAL
RECIÉN EGRESADO DE LA CARRERA EN SU EMPRESA?*

RESPUESTAS: 41

RESPUESTAS	FRECUENCIA
SEGÚN APTITUDES Y CONOCIMIENTOS	9
SEGÚN EL PUESTO	5
<i>INGRESO TENTATIVO:</i>	
* DE \$1,000.00 A 2,000.00	8
* DE \$3,000.00 A 4,000.00	12
* DE \$ 5,000.00 A \$ 6,000.00	3
* DE \$ 7,000.00 A \$ 9,000.00	3
* MÁS DE \$ 9,000.00	1

INGRESO OFRECIDO PARA EGRESADOS



Fuente: Investigación directa

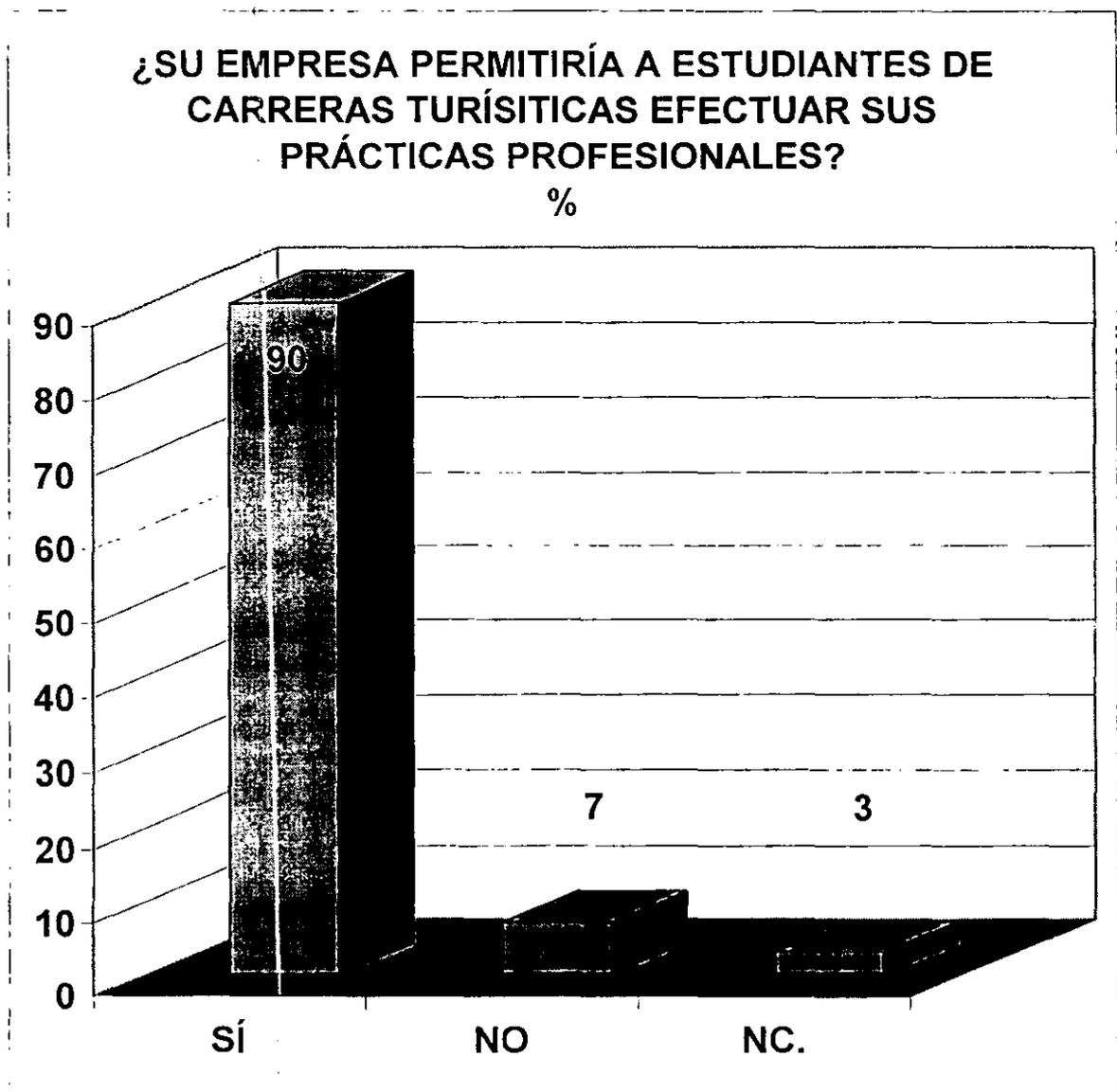
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 12:

*¿SU EMPRESA ESTARÍA DISPUESTA A PERMITIR EFECTUAR PRÁCTICAS
PROFESIONALES A ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS TURÍSTICAS?*

RESPUESTAS	Nº	%
SI	63	90
NO	5	7
NC.	2	3
TOTAL:	70	100



Fuente: Investigación directa

Las habilidades más solicitadas por los encuestados son el saber dar un buen trato al cliente (11 respuestas), manejar equipo moderno (7) -lo cual puede ser interpretado como capacitación técnica para manejo de equipo de cocina o de servicio, de computación, paquetes informáticos, etc.-, saber tomar decisiones (5) y facilidad de palabra (5) -lo cual puede interpretarse como una habilidad para las relaciones públicas y las ventas. En lo relativo a las destrezas vuelven a aparecer la atención al público y el manejo de equipo actual (5 respuestas), así como el saber resolver problemas (5 también).

Entre las actitudes destaca la expectativa de una actitud positiva (16 respuestas), lo cual parece ser una respuesta muy obvia, pero si lo analizamos un poco más, esta cualidad es posiblemente más necesaria en el campo del turismo que en otras áreas de actividad, por las características específicas de su operación: los empleados tienen que mostrarse siempre sumamente amables y atentos con el cliente, hay que tratar con personas de costumbres e ideas diferentes, se requiere tomar las quejas y afrontar los problemas con un buen semblante, así como trabajar en fechas y horarios no convencionales, además de que se asume que el turismo conlleva un ambiente festivo.

Aunque, por otra parte, es muy probable que, en otros ámbitos de actividad económica, los empleadores también quisieran una actitud más positiva por parte de los trabajadores. También se mencionaron con frecuencia la actitud de servicio al cliente (7 veces), las ganas de trabajar (otras 7) y liderazgo y carisma (5).

Haciendo un análisis de lo que expresaron los encuestados a través de las preguntas abiertas acerca del perfil de los egresados, podemos concluir lo siguiente: las principales cualidades que los empresarios del sector esperan en los egresados de una carrera turística son las siguientes:

- que los egresados sepan atender a la clientela.
- dominio del idioma inglés.
- actitud positiva.
- capacidades ejecutivas: tomar decisiones, resolver problemas, liderazgo.
- manejar equipo moderno (capacitación técnica para manejo de equipo de cocina o de servicio, computadoras, paquetes informáticos, etc.).
- conocimientos administrativos.

Al final del cuestionario se incluyó una pregunta abierta, la número 14, para que los encuestados sugirieran lo que mejor les pareciera para el diseño del plan de estudios, arrojando como resultado que, aparentemente, las escuelas de turismo han puesto más énfasis en cuestiones teóricas que en asuntos prácticos, pues la respuesta más frecuente solicita que se ponga más énfasis en el aprendizaje práctico (7 respuestas), que se capacite técnicamente al personal (5 respuestas) y que se le profesionalice (4 respuestas).

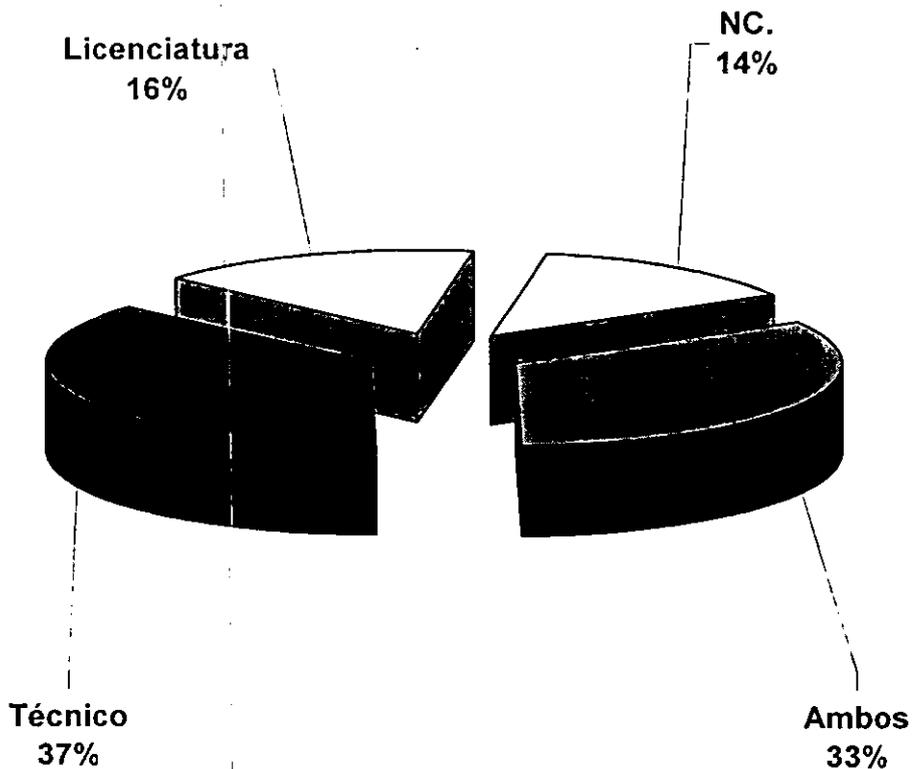
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO**

PREGUNTA 13:

*¿SU EMPRESA ESTARÍA MÁS INTERESADA EN CONTRATAR
PERSONAL DE NIVEL TÉCNICO O DE NIVEL LICENCIATURA?*

RESPUESTA	Nº	%
AMBOS	23	33
TÉCNICO	26	37
LICENCIATURA	11	16
NC.	10	14
TOTAL:	70	100

**NIVEL DE EGRESADOS QUE LA
EMPRESA PODRÍA EMPLEAR**
%



Fuente: Investigación directa

e) Selección de asignaturas para la carrera

Como se mencionó anteriormente, para el diseño del cuestionario se revisaron los planes de estudios de carreras turísticas de varias instituciones educativas, de entre los cuales se hizo una selección de setenta asignaturas, a fin de que tanto los empleadores potenciales como los egresados de carreras turísticas calificaran la importancia que dichas asignaturas revisten para su desempeño laboral y profesional.

Para la evaluación de la importancia de las asignaturas se eligió una escala de valoración de cuatro grados: *Muy Importante*, *Importante*, *Importancia Secundaria* e *Innecesaria*, con el propósito de que los encuestados emitieran un juicio unívoco sobre las materias, en el sentido de que una vez procesada la información, se distinguiera con claridad a las materias consideradas necesarias de las innecesarias. Se anexa para su conocimiento un ejemplar del cuestionario.

En el caso de la valoración de las asignaturas, se asignó un valor de 3 puntos a las materias consideradas como *Muy Importantes*, 2 puntos a las consideradas *Importantes*, 1 punto a las consideradas con *Importancia Secundaria* y 0 puntos a las asignaturas calificadas como *Innecesarias*. A la ausencia de respuesta también se le asignó un valor de 0. Así, se procedió a sumar los puntos asignados por los diversos negocios para cada una de las asignaturas. Siendo 210 el máximo total de puntos que puede acumular una asignatura dada, se le consideró el 100 %, procediéndose a dividir el total de puntos acumulados entre esa cantidad y enseguida asignar una calificación entre 0 y 100 a cada una de las materias enlistadas, calificación a la que se denominó "*Puntaje final*".

Por ejemplo, la asignatura denominada "*Recursos Humanos*" obtuvo un total de 164 puntos al ser evaluada por las 70 empresas (38 empresas la consideraron "*Muy Importante*", 23 "*Importante*", 4, de "*Importancia Secundaria*", ninguna la consideró "*Innecesaria*" y 5 no contestaron), suma que, dividida entre 210, la coloca en una escala de 78 en la escala de 0 a 100. Una vez obtenido el puntaje final, se ordenó a las asignaturas en orden decreciente, resultando como más importantes las materias que más puntaje final obtuvieron.

Sin embargo, la valoración de la importancia de las asignaturas por parte de las empresas no es el único criterio que se toma para la selección de la tira de materias, pues aún falta considerar la valoración por parte de los egresados y, finalmente, el criterio del comité curricular en su conjunto.

La calificación definitiva y su jerarquización final dentro del total de las materias evaluadas se obtuvo promediando el puntaje final obtenido por la calificación de las empresas con la calificación asignada por los egresados de las carreras turísticas, quienes, si bien los que respondieron son menos que las empresas -veinte-, si consideramos que su respuesta tiene un mayor peso específico, pues además de conocer las asignaturas desde el punto de vista del mercado laboral, las conocen desde un punto de vista académico, personal y profesional, mientras que el punto de vista empresarial puede ser considerado básicamente como "comercial".

Así, por ejemplo, la asignatura denominada "*Inglés*" obtuvo un puntaje final de 92 con las empresas y de 98 con los egresados de carreras turísticas, obteniendo por tal motivo una calificación definitiva de 95. Sobre la base de esta calificación definitiva, las 70 asignaturas se ordenaron de mayor a menor y se dividieron aritméticamente en cuatro categorías, calificándose las que quedaron en el primer cuartil como "*Muy Importantes*", las del segundo cuartil como "*Importantes*", y así sucesivamente.

Por otra parte, también se tomó en consideración la evaluación de materias de acuerdo con el giro de la empresa que respondió la encuesta. Así, por ejemplo, la materia denominada "*Tecnología del Hospedaje*" es muy importante para los hoteles pero innecesaria para los restaurantes, de la misma manera que la materia "*Preparación de Alimentos*" es muy importante para los restaurantes e innecesaria para las agencias de viajes. De esta manera se obtuvo otra jerarquización para trece asignaturas.

En este apartado se presentan los resultados finales de la selección de asignaturas efectuadas tanto por empresarios turísticos como por egresados de carreras turísticas, pues a pesar de que este no es el capítulo destinado a los egresados, no tendría mucho sentido presentar resultados parciales. Lo que sí resulta evidente y es conveniente destacar, es que existen diferencias entre los puntos de vista de ambos tipos de actores. Como se mencionó anteriormente, la explicación propuesta a este hecho es que los empresarios tienen una visión más pragmática y utilitaria, mientras que los egresados presentan una visión más internalizada y personal.

Es muy importante señalar que los listados propuestos no se transferirán directamente como tira de materias, sino que su función consiste más bien en presentar una orientación o guía, sirviendo como punto de partida para la discusión y el análisis del plan de estudio, a la par con otros componentes presentados en este mismo estudio.

Como sucede al formularse cualquier currículo, se intenta cumplir con los requerimientos de formación de diversas categorías de empleadores potenciales, aunque sólo se dispone de capacidad para impartir un número determinado de materias. Por ello, algunas de las asignaturas enumeradas en el listado de asignaturas deberán compactarse o conjuntarse con materias más genéricas; por ejemplo, posiblemente se haga necesario incluir temas tales como ventas, promoción y publicidad y mercadotecnia en una asignatura denominada "*Comercialización*", en tanto que temas tales como recursos humanos, cultura de calidad y planeación pueden incluirse dentro de "*Administración*", pero extendiendo la asignatura a lo largo de diversos semestres, como Administración I, Administración II, etc.

La diferenciación entre los niveles de técnico superior y licenciatura constituye otro criterio para la selección de las asignaturas, pues no debemos olvidar que, aunque la carrera de técnico universitario constituye una unidad en sí, también puede verse como la mitad de una carrera más extensa, que será la licenciatura, en la que podrán incluirse materias con mayor grado de complejidad o abstracción.

Se anexan las listas de materias, distribuidas en orden decreciente en las cuatro categorías mencionadas, de acuerdo con el puntaje final en la evaluación.

5.5.- La opinión de los egresados de carreras turísticas

5.5.1.- Antecedentes

Los lineamientos de la Dirección General de Educación Superior de la Universidad de Colima proponen que los planes de estudio de las nuevas carreras sean consultados con asociaciones de profesionistas del ramo e investigadores de centros relacionados con la materia objeto de la carrera en cuestión.⁸⁷ Sin embargo, al no existir en la entidad ninguna de esas instancias, se optó por realizar una encuesta entre egresados de carreras turísticas con experiencia laboral en la entidad.

No obstante, algunos de ellos pueden considerarse expertos, pues son académicos en la materia en instituciones de educación superior y cuentan con experiencia laboral en empresas e instituciones. Esto no significa que no se vaya a consultar a miembros de centros de investigación y asociaciones de profesionistas en turismo, sino que, considerando que va a ser necesario consultar a los del nivel nacional, es preferible avanzar un poco más en el estudio, a fin de presentarles propuestas más elaboradas.

El primer paso que se dio para realizar la encuesta fue tratar de localizar a los egresados de las carreras turísticas de la entidad, para lo cual se dirigieron solicitudes tanto al Instituto Tecnológico de Colima como al plantel de CONALEP en Manzanillo.

Desafortunadamente, el Tecnológico de Colima sólo proporcionó una relación escueta en la que se señala la cantidad de personas que trabajan en una serie de empresas del estado, muchas de las cuales ni siquiera se relacionan con la actividad turística. La relación incluye 62 egresados, pero no incluye ninguno de sus datos generales, es decir, no proporciona nombres, domicilios ni teléfonos. El CONALEP de Manzanillo proporcionó una relación bastante más numerosa, incluyendo el nombre completo de los egresados, pero no así su domicilio, teléfono ni centro de trabajo.

Ante tal situación, no quedó más opción que encuestar a los egresados de carreras turísticas conocidos o a los que se iban encontrando. Sucedió prácticamente lo mismo que con las empresas: algunos contestaron de inmediato, otros se tomaron su tiempo y otros más no contestaron.

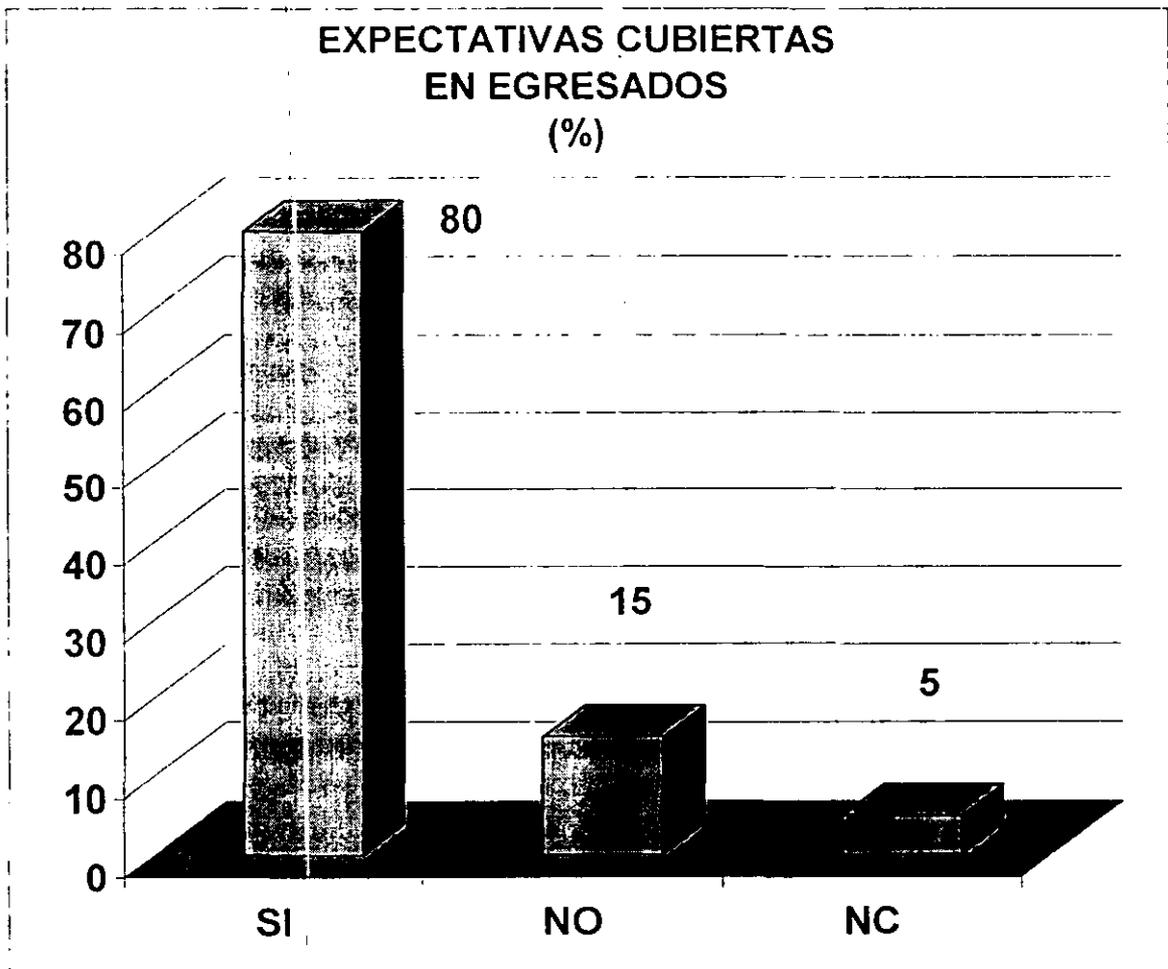
El instrumento de investigación utilizado para recopilar la información de los egresados es bastante similar al utilizado con las empresas. Incluye datos de identificación, preguntas relativas a la percepción de su formación y su desarrollo profesional y, por último, preguntas destinadas a incorporar su participación en el diseño del plan de estudios. Es oportuno recordar que los resultados relativos a la selección de asignaturas ya fueron presentados en el capítulo relativo al mercado de trabajo. Se incluyen, para su conocimiento, un ejemplar del cuestionario utilizado y una relación con los datos de identificación de los encuestados.

⁸⁷ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Integración de Comités Curriculares*

INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL

PREGUNTA 4: ¿CONSIDERA USTED QUE LAS EXPECTATIVAS QUE TUVO AL ELEGIR SU CARRERA PROFESIONAL HAN RESULTADO SATISFECHAS?

EXPECTATIVAS CUBIERTAS		
RESPUESTAS	Nº	%
SI	16	80
NO	3	15
NC	1	5
TOTAL:	20	100

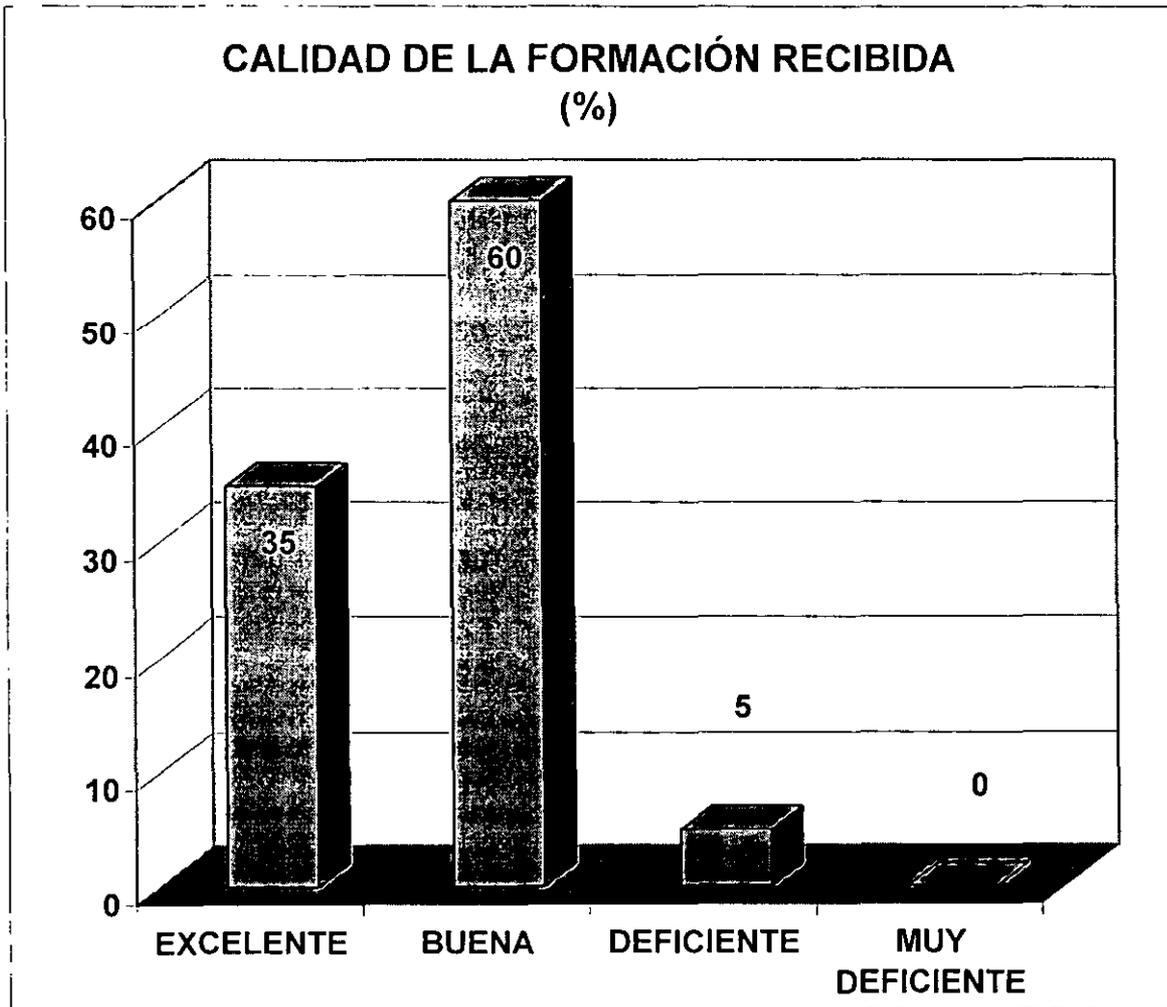


Fuente: Investigación directa

INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL

PREGUNTA 5: *USTED CONSIDERA QUE LA CALIDAD DE LA FORMACIÓN QUE RECIBIÓ AL CURSAR SU CARRERA FUE:*

CALIDAD DE LA ENSEÑANZA		
RESPUESTAS	Nº	%
EXCELENTE	7	35
BUENA	12	60
DEFICIENTE	1	5
MUY DEFICIENTE	0	0
TOTAL:	20	100



Fuente: Investigación directa

**INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA
DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS
TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

PREGUNTA 6: *¿SE SIENTE USTED SATISFECHO CON LOS LOGROS ECONÓMICOS
PROFESIONALES Y QUE HA OBTENIDO GRACIAS A SU FORMACIÓN?*

SATISFACCIÓN CON LOGROS ECONÓMICOS Y PROFESIONALES		
RESPUESTA	Nº	%
SI	12	60
NO	8	40
NC	0	0
TOTAL:	20	100



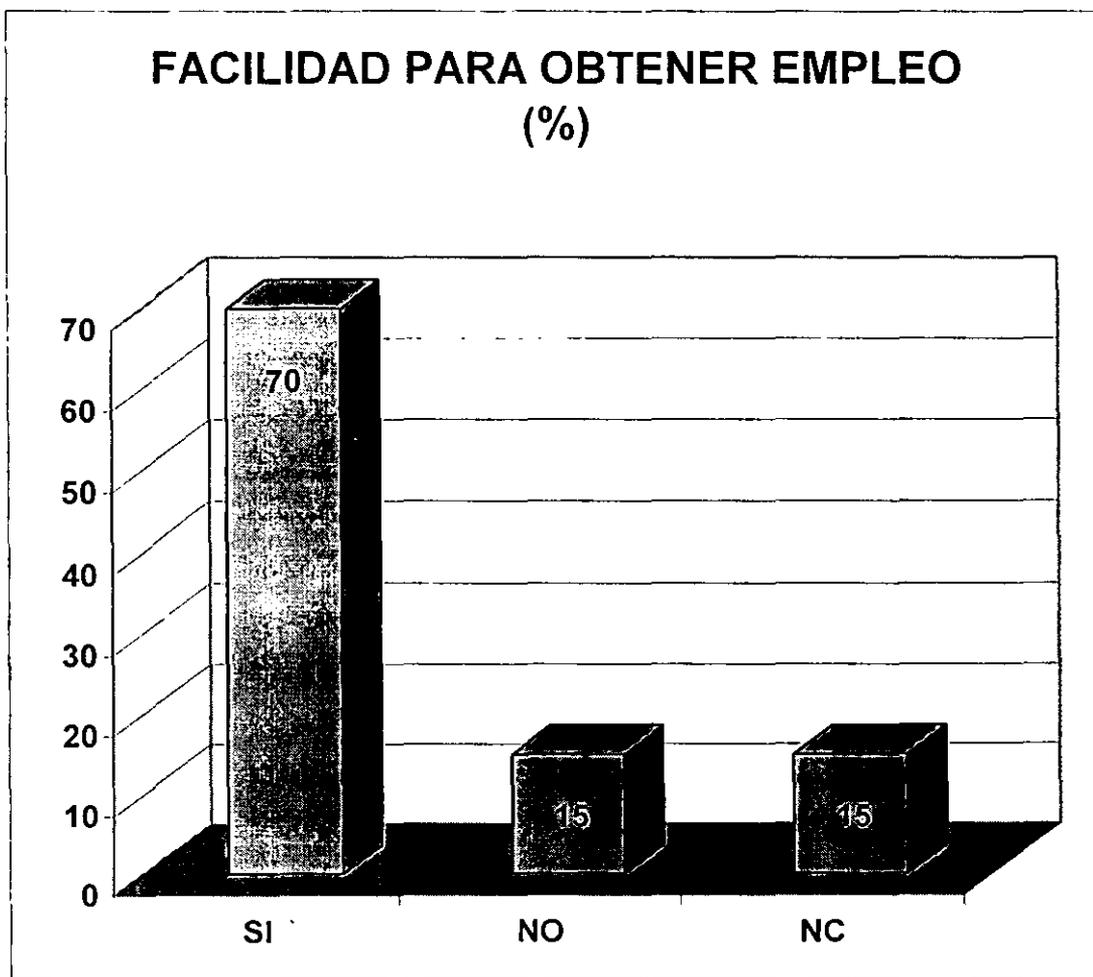
Fuente: Investigación directa

INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL

PREGUNTA 8:

¿CREE USTED QUE LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE RECIBIÓ LE HA FACILITADO LA OBTENCIÓN DE EMPLEO Y EL INTERÉS POR SUS SERVICIOS PROFESIONALES POR PARTE DE EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO?

FACILIDAD PARA OBTENER EMPLEO		
RESPUESTA	Nº	%
SÍ	14	70
NO	3	15
NC	3	15
TOTAL:	20	100



Fuente: Investigación directa

5.5.2.- Resultados de la encuesta

a) Datos de identificación

Finalmente, se logró encuestar a un total de 20 egresados de carreras turísticas. De ellos, el 90 % son de nivel licenciatura y el 10 % restante del nivel técnico; el 80 % son Licenciados en Administración de Empresas Turísticas, el 10 % Licenciados en Turismo y el otro 10 % Técnicos en Turismo. El 65 % son egresados del Instituto Tecnológico de Colima; el resto, de diversas escuelas del estado y del país.

El 35 % de los encuestados se desempeñan profesionalmente en agencias de viajes, el 20 % en instituciones educativas, el 10 % en aerolíneas, el 20 % en hoteles y el 15 % en instituciones públicas; más específicamente, en la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado. De ellos, el 45 % se desempeñan en puestos de nivel gerencial o ejecutivo, el 35 % en puestos relacionados directamente con atención al cliente y comercialización y el resto en puesto operativos diversos (20 %). Desafortunadamente, el 80 % de ellos radican en la ciudad de Colima, la cual no puede considerarse una plaza netamente turística.

b) Resultados relativos a la percepción de su formación y desarrollo profesional

Las opiniones de los egresados de carreras turísticas acerca de su desarrollo son un poco más reservadas: en general el balance es positivo, aunque no totalmente optimista.

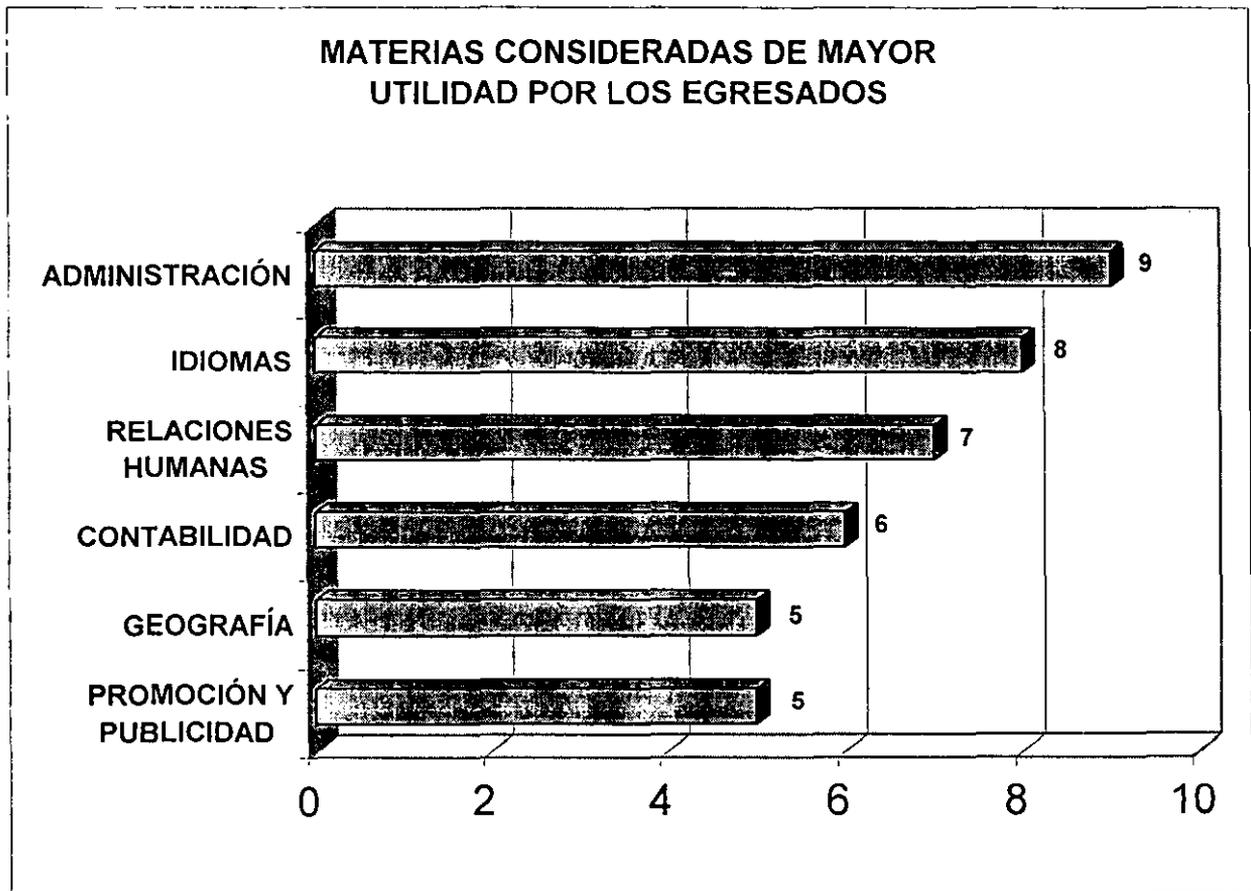
El 80 % de los encuestados considera que las expectativas que tuvo al elegir su carrera profesional han resultado cubiertas, mientras que el 15 % manifiesta lo contrario. El 95 % considera que la formación académica que recibió va de *buena* (60 %) a *superior* (35 %), en tanto que sólo el 5 % considera que su formación fue *deficiente*.

En lo relativo a los logros económicos y profesionales obtenidos mediante su formación y desempeño profesional, sólo el 60 % manifiesta sentirse satisfecho, con un 40 % de encuestados expresando lo contrario. El aspecto que más incide negativamente en esta respuesta es el económico, pues los egresados que respondieron negativamente consideran que sus ingresos no son los adecuados. Esta respuesta no resulta sorprendente si consideramos la situación económica del país y de los profesionistas en general y, por otra parte, que la mayor parte de las encuestas se aplicó en la ciudad de Colima, plaza que, si bien no se encuentra económicamente paralizada, tampoco se distingue por su gran dinamismo económico o por los abundantes flujos turísticos que recibe. El reconocimiento social a las aportaciones de los profesionistas del ramo por parte de la comunidad recibe una calificación muy similar, pues sólo el 65 % de los encuestados manifiesta percibirlo, mientras que el 30 % siente lo contrario.

**INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

PREGUNTA 9 *DE LAS MATERIAS QUE USTED ESTUDIÓ DURANTE SU FORMACIÓN PROFESIONAL, ¿CUÁLES LE HAN RESULTADO DE MÁS UTILIDAD?*

RESPUESTAS MAS FRECUENTES	FRECUENCIA
1.- ADMINISTRACIÓN	9
2.- IDIOMAS	8
3.- RELACIONES HUMANAS	7
4.- CONTABILIDAD	6
5.- PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	5
6.- GEOGRAFÍA	5



Fuente: Investigación directa

El 70 % de los egresados que respondieron la encuesta consideran que la formación profesional que recibió le ha facilitado la obtención de empleo, en tanto que un 15 % expresa lo contrario, mientras el 15 % restante se abstuvo de responder.

c) Propuestas de los encuestados relativas al perfil de los egresados

Las materias que los egresados de carreras turísticas consideran que les han resultado de mayor utilidad para su desempeño profesional son Administración (9 respuestas), idiomas (8) y relaciones humanas (7); las que consideran que han resultado irrelevantes para su desarrollo laboral son Matemáticas y Cálculo (6 respuestas) y, enseguida, Química, Física, Derecho y Economía, con dos respuestas cada una.

Al igual que a las empresas del sector, también se invitó a los egresados a participar en el diseño del plan del estudio, con preguntas abiertas para el diseño del perfil y evaluando el conjunto de asignaturas enumeradas para identificar las materias más importantes; de hecho, el cuestionario dirigido a los egresados es muy similar al que se utilizó con las empresas. Como se comentó con anterioridad, la evaluación de la serie de asignaturas por parte de los egresados se procesó y presentó conjuntamente con los resultados de las empresas, por lo que nos concentraremos aquí en las respuestas relativas al perfil, las cuales presentan semejanzas entre ambos grupos de encuestados.

Las tendencias más claras identificadas en las respuestas de los egresados de carreras turísticas a las preguntas abiertas en relación con el perfil de los egresados son las siguientes: los conocimientos que con mayor frecuencia se mencionan son los idiomas (6 respuestas) y la historia (4), mientras que las habilidades se refieren a la capacidad para interactuar con clientes y compañeros de trabajo: facilidad de palabra se mencionó en 5 ocasiones, en tanto que manejo de personas, sociabilidad y relaciones públicas y humanas, 3 veces cada una. Las actitudes más recomendadas son una disposición positiva (6 respuestas), mente abierta (4 respuestas) y una actitud de servicio (3 respuestas).

Las principales recomendaciones que los egresados hacen a las instituciones educativas encargadas de formar profesionales en carreras turísticas son, en primer lugar, que se realicen prácticas profesionales en el sector (7 respuestas), que se tenga un mayor contacto con las empresas del sector (3 respuestas) y, también con 3 respuestas, que se cuente con laboratorios y se hagan prácticas de campo.

d) Propuestas de los encuestados relativas a la viabilidad de la carrera

Un aspecto en el que los egresados manifestaron unanimidad, fue en su opinión respecto a la implementación de la carrera de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos: 9 de ellos la consideraron muy buena opción, mientras que 3 la consideraron excelente y otros 3 afirmaron que está bien, "porque los idiomas son importantes".

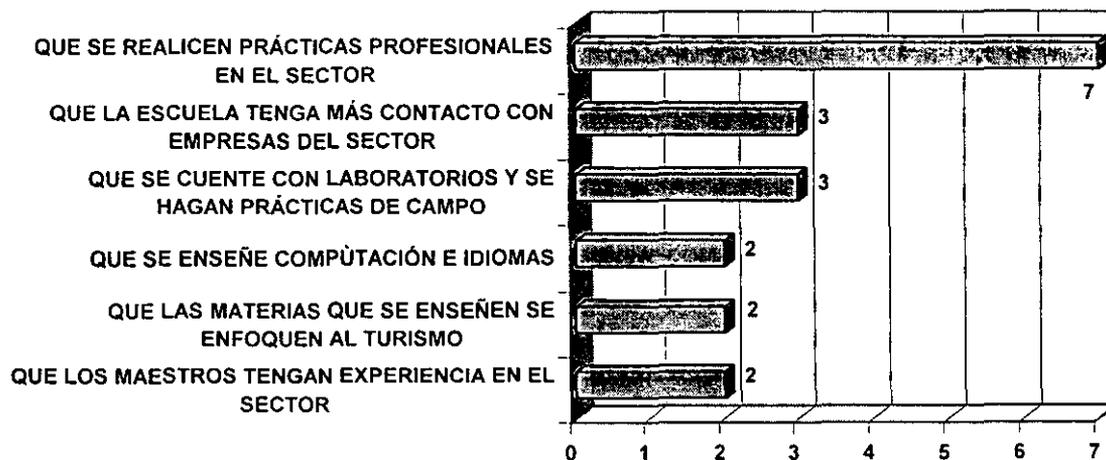
**INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA
DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS
TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL**

PREGUNTA 12:

¿QUE RECOMENDACIÓN HARÍA USTED A UNA INSTITUCIÓN DEDICADA
A FORMAR PROFESIONALES EN SERVICIOS TURÍSTICOS?

RESPUESTAS MÁS FRECUENTES	FRECUENCIA
QUE SE REALICEN PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL SECTOR	7
QUE LA ESCUELA TENGA MÁS CONTACTO CON EMPRESAS DEL SECTOR	3
QUE SE CUENTE CON LABORATORIOS Y SE HAGAN PRÁCTICAS DE CAMPO	3
QUE SE ENSEÑE COMPUTACIÓN E IDIOMAS	2
QUE LAS MATERIAS QUE SE ENSEÑEN SE ENFOQUEN AL TURISMO	2
QUE LOS MAESTROS TENGAN EXPERIENCIA EN EL SECTOR	2

**RECOMENDACIONES PARA UNA ESCUELA DE TURISMO
POR PARTE DE EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS**



Fuente: Investigación directa

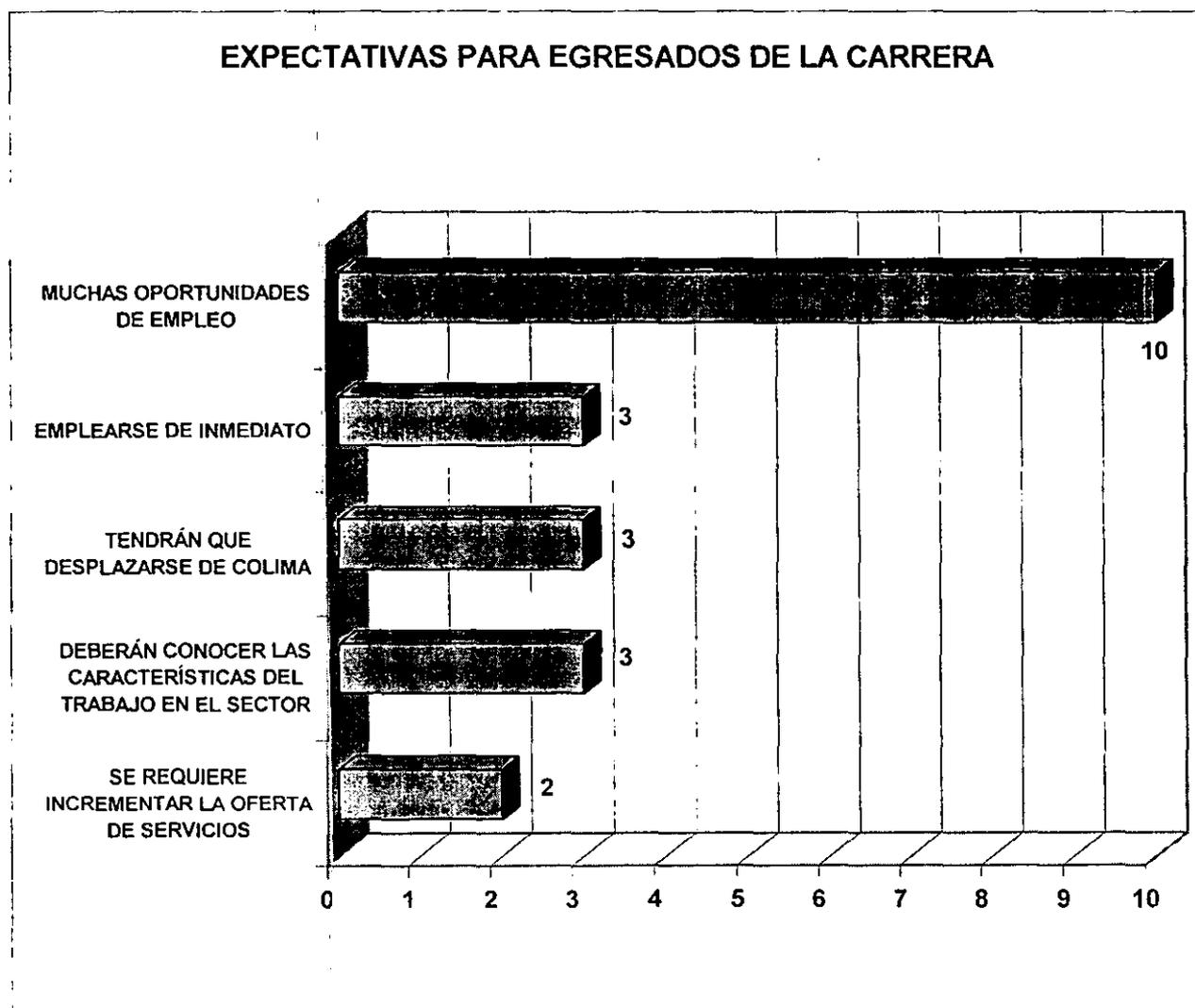
INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA LABORAL

PREGUNTA 14:

¿CUÁLES CREE USTED QUE SERÍAN LAS EXPECTATIVAS EN EL MERCADO LABORAL PARA LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN SERVICIOS TURÍSTICOS?

RESPUESTAS MAS FRECUENTES	FRECUENCIA
MUCHAS OPORTUNIDADES DE EMPLEO	10
EMPLEARSE DE INMEDIATO	3
TENDRÁN QUE DESPLAZARSE DE COLIMA	3
DEBERÁN CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO EN EL SECTOR	3
SE REQUIERE INCREMENTAR LA OFERTA DE SERVICIOS	2



Fuente: Investigación directa

También se presentó una respuesta bastante homogénea en lo que se refiere a las expectativas de empleo para los egresados de la carrera, pues 10 de los encuestados respondieron que contarían con muchas oportunidades de empleo y 3 afirmaron que se emplearían de inmediato. Las restantes categorías de respuestas a ésta última pregunta confirman lo que desde un inicio se detectó en este grupo de encuestados: son positivos, pero más reservados, con los pies más puestos en la tierra, lo cual podría explicarse por su experiencia laboral en la plaza: 3 respuestas afirman que los egresados deberán desplazarse de Colima para hallar un empleo, otras 3 sugieren que conozcan las características del trabajo en el sector y otras dos consideran que se debe incrementar la oferta de servicios.

5.6.- Recursos de la escuela de lenguas extranjeras

Entre los aspectos más relevantes que deben tenerse presentes al momento de crear un programa académico se encuentran los criterios de factibilidad, pues mediante ellos se evalúa la capacidad de la institución de educación superior para operar una carrera durante por lo menos el plazo que tarda en formarse una generación y, de preferencia, para que la opción académica logre consolidarse y desarrollarse.⁸⁸

Para evaluar la viabilidad o factibilidad del programa académico que se desea implementar se deberá realizar el recuento o evaluación de los recursos humanos, materiales y financieros disponibles, así como los que se pueden gestionar. Al aplicar los criterios de factibilidad a la Escuela de Lenguas Extranjeras a fin de evaluar su capacidad para implementar e impartir exitosamente la carrera de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos, se advierte que sí cuenta con la capacidad para hacerlo.

5.6.1.- Recursos humanos.

La Escuela de Lenguas Extranjeras tiene años formando profesionales en el idioma inglés, contando entre su personal académico con maestros de tiempo completo y por asignatura que, además de las materias relacionadas con el aprendizaje y la docencia del idioma inglés, imparten algunas de las materias propuestas en el plan de estudios de la nueva carrera, tales como Geografía Turística, Economía Turística, Historia de México, Agencias de Viajes, Administración de Empresas Turísticas, Relaciones Públicas y Francés.

Para la impartición de la carrera, la escuela cuenta actualmente con dos profesores de tiempo, dos por asignatura y uno con maestría, lo cual hace un total de cinco, aunque es oportuno mencionar aquí que Rectoría autorizó desde diciembre del año anterior la

⁸⁸ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Metodología para determinar la factibilidad y pertinencia de nuevos programas de estudio en los niveles 5, 6 y 7, Colima,*

contratación por parte de la escuela de otros dos maestros de tiempo completo con perfil PROMEP, es decir, con maestría o doctorado.

Como parte de este mismo programa, varios maestros de la institución realizan actualmente estudios de maestría y para el año de 1999 se tiene contemplado que otros profesores del mismo plantel también iniciarán sus estudios de postgrado. Por otra, parte, siempre existe la posibilidad de contratar maestros por asignatura, pues existe la disponibilidad en la plaza de personal calificado para tal fin. En este sentido, se hará necesario contratar por los menos tres maestros por asignatura, con niveles de licenciatura, especialidad o maestría.

En lo que se refiere a personal para apoyo y gestión, existe un candidato para ocupar la posición de coordinador académico, así como de otras tres personas que podrían efectuar tareas de gestión y apoyo durante el inicio del nuevo programa.

PERSONAL ACADÉMICO QUE PARTICIPARÁ EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA CARRERA DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

Nº	NOMBRE	CARRERA	POSGRADO	STATUS
1.-	Lic. Griselda Patricia Ceballos Llerenas	Licenciatura en Enseñanza de Lengua Inglesa	"Master in Teaching Training in English Language Teaching"	Estudios de maestría en proceso
2.-	Lic. Alma Patricia Salazar Díaz	Lic. en Administración de Empresas	"Master in Teaching Training in English Language Teaching"	Estudios de maestría en proceso
3.-	Lic. Alejandro Silvestre Tello Moreno	Lic. en Lengua Inglesa	"Master in Teaching Training in English Language Teaching"	Estudios de maestría en proceso
4.-	Lic. Angélica Alejandra Espinosa Coria	Lic. en Filosofía y Letras con especialidad en Lengua Francesa	Maestría en Lingüística y Semántica	Maestría concluida
5.-	Carlos Mario Amaya Molinar	Sociólogo		Estudios de Maestría en proceso

PERSONAL DE APOYO Y GESTIÓN QUE PARTICIPARÁ EN LA IMPLEMENTACIÓN Y OPERACIÓN DE LA NUEVA CARRERA

Nº	NOMBRE	PUESTO	FUNCIÓN
1.-	Lic. Griselda Patricia Ceballos Llerenas	Directora del Plantel	GESTIÓN
2.-	Lic. Rodolfo Velázquez López	Secretario Administrativo del Plantel	APOYO
3.-	Lic. Alejandro Silvestre Tello Moreno	Profesor de Tiempo Completo	GESTIÓN
4.-	Carlos Mario Amaya Molinar	Coordinador de las acciones relacionadas con la nueva carrera	GESTIÓN
5.-	C.P. María Elena Velasco Zamora	Contadora del plantel	APOYO
6.-	Srita. Claudia Isela Díaz Ceballos	Coordinación Operativa	APOYO
7.-	LAET Nancy Azucena Jiménez Ochoa	Secretaria	APOYO

5.6.2.- Recursos materiales

Como parte de la Delegación 5 de la Universidad de Colima, localizada en el municipio de Villa de Álvarez, Col., la Escuela de Lenguas Extranjeras comparte con los Bachilleratos Técnicos 4 y 16, así como con las facultades de Economía y Pedagogía, los siguientes recursos:

- Biblioteca de Humanidades "Lic. Griselda Álvarez Ponce de León", con las siguientes características:
 - * Internet
 - * Videoteca con 170 videocasetes
 - * Sala Audiovisual
 - * 9 equipos de cómputo
 - * Capacidad para 100 usuarios
 - * Centro de Auto acceso para el Aprendizaje de Lenguas (CAAL), con capacidad para 120 usuarios diarios, con 9 computadoras, 5 televisiones, 5 video caseteras, 200 textos para el aprendizaje de idiomas

* 8,300 volúmenes, de los cuales aproximadamente un 12 % se relacionan directamente con las asignaturas de la nueva carrera

- Auditorio de Humanidades, con aire acondicionado y capacidad para 100 personas
- Cafetería
- Campo deportivo
- Autobús marca Mercedes Benz modelo 1998, con capacidad para 40 pasajeros
- Centro de cómputo (en construcción)

Como recursos propios de la institución, la escuela cuenta con los siguientes bienes:

- 4 aulas recién construidas con televisión, video casetera y ventiladores
- 8 cubículos para profesores, equipados con equipo de cómputo e Internet
- Laboratorio de idiomas
- 26 equipos de cómputo para uso del personal académico, administrativo y estudiantes
 - Suscripciones a 4 publicaciones internacionales: *Time*, *National Geographic*, *Newsweek* y *Discovery*
 - Sala de usos múltiples
 - Correo electrónico de la escuela: elex@volcan.ucol.mx

Entre los recursos que se requiere gestionar para la nueva carrera se encuentra la construcción de un taller para la enseñanza de preparación de alimentos y bebidas y un vehículo para servicio de la escuela.

5.6.3.- Recursos Financieros

Como parte de la Universidad de Colima, la Escuela de Lenguas Extranjeras tiene suscritos convenios de apoyo con el Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior (FOMES), el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP)⁸⁹ y el Comité Administrador del Programa Estatal de Construcción de Escuelas (CAPECE).

Por otra parte, al momento de levantar la encuesta con empresas turísticas, miembros de la sección Manzanillo de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados formularon la propuesta de construir y operar un restaurant escuela de manera conjunta con la Universidad de Colima, con la finalidad de capacitar al personal que labora en los restaurantes de la entidad.

⁸⁹ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA – Universidad de Colima: *Convenio sobre el Programa para el Mejoramiento del Profesorado, anexo relativo a la Escuela de lenguas Extranjeras*

En lo que se refiere a los recursos adicionales en apoyo al desarrollo del programa, la escuela también cuenta con ingresos propios, provenientes tanto de las cuotas pagadas por los alumnos, como por los diversos cursos de idiomas extranjeros que realiza para estudiantes de la Universidad y en apoyo de la población de la región en general, así como de otros cursos dirigidos a estudiantes extranjeros, como es el caso de los cursos sabatinos de diversos idiomas y el Diplomado en Lengua y Cultura Mexicana, que se ha venido impartiendo para estudiantes de Estados Unidos y Canadá. También percibe ingresos por concepto de exámenes para la acreditación de idiomas y traducciones de documentos.

5.7.- Integrantes del Comité Curricular

El Comité Curricular constituye la instancia que se reúne para analizar, discutir, proponer, corregir y validar el plan de estudios de la nueva carrera. Es presidido por el Director de la Escuela y se integra con representantes de alumnos, egresados, sector productivo, académicos y profesionistas de reconocido prestigio. De acuerdo con los lineamientos de la Dirección General de Educación Superior⁹⁰, se procedió a integrar un Comité Curricular para consensar el diseño del plan de estudios.

En términos generales, la mayor parte de las personas convocadas para participar en las actividades del Comité Curricular aceptaron hacerlo, aunque los representantes de las empresas turísticas de Manzanillo no participaron, argumentando que la distancia y el exceso de trabajo les impedía hacerlo; lo cual resulta lamentable, dada la importancia que las empresas turísticas del puerto representan para el sector turismo de la entidad. Afortunadamente, los empresarios turísticos del municipio de Colima han participado de muy buen grado. Se anexa para su conocimiento una relación de las personas que participaron activamente en las tareas del Comité Curricular.

⁹⁰ UNIVERSIDAD DE COLIMA, Dirección General de Educación Superior: *Integración de Comités Curriculares*

6.- EL PLAN DE ESTUDIOS

6.1.- Perfil profesional

- **Perfil del egresado**

El Profesional Asociado en Servicios Turísticos recibe formación en los idiomas inglés y francés, encontrándose capacitado para desempeñarse en diversos ámbitos de la actividad turística en los niveles operativo, técnico y de supervisión, lo cual lo califica para ocupar distintos puestos de los principales tipos de empresas del sector, tales como hoteles, restaurantes y bares, agencias de viajes, operadoras de servicios turísticos y empresas de transportes, entre otras. El plan de estudios está diseñado para que el estudiante, una vez egresado y habiendo obtenido una experiencia laboral determinada, pueda reincorporarse a la universidad para continuar sus estudios y obtener la licenciatura en la misma carrera.

Objetivo de la carrera:

- Formar recursos humanos con pleno dominio del idioma inglés y con conocimientos técnicos para la operación, la supervisión y el control de servicios turísticos, con capacidad tanto para la atención al turista y la operación de los servicios, como para funcionar como enlace entre los mandos ejecutivos y los operarios de las empresas del sector, tales como representantes de ventas, conductores de vehículos, guías de turistas, camaristas, cocineros, barmans, meseros e intendentes, entre otros.

Actividades que realiza:

- Atiende al turismo nacional nacional e internacional.
- Opera sistemas contables y administrativos.
- Supervisa y capacita operarios.
- En el ámbito de la comercialización, efectúa actividades de mercadeo, promoción, publicidad, ventas y relaciones públicas.
- Opera de sistemas de reservaciones.
- Conduce grupos de turistas.
- Proporciona información y orientación a visitantes nacionales y extranjeros.
- Opera empresas de viajes, establecimientos de hospedaje y de alimentos y bebidas
- Opera servicios turísticos en general.

Características deseables en el aspirante:

- Facilidad para relacionarse con las personas y para adaptarse a ambientes e interactuar con personas de características culturales diferentes a las propias.
- Actitud de servicio y disponibilidad para trabajar en horarios y temporadas no convencionales.
- Disposición para trabajar en entornos laborales altamente competitivos y para desempeñarse de acuerdo con estándares internacionales de calidad.
- Disposición para desempeñarse directamente en actividades de comercialización de servicios turísticos.
- Facilidad de expresión y creatividad.
- Capacidad para la adquisición de conocimientos contables y administrativos.
- Actitudes empresariales y emprendedoras.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Disponibilidad para viajar.

Campo de trabajo:

- Hoteles
- Restaurantes
- Bares y centros nocturnos
- Agencias de viajes
- Empresas de transporte turístico y de pasajeros
- Empresas de turismo náutico
- Operadoras de servicios turísticos en general

Estudios previos:

- Bachillerato terminado, preferentemente en las áreas de turismo o ciencias sociales y administrativas

Requisitos de ingreso

- Aprobación de examen de inglés
- Conocimiento de paquetes de cómputo de Microsoft Office

Duración de la carrera

- Cuatro semestres

6.2.- Estructuración del plan de estudios

a).- Políticas y estrategias

A fin de cumplir con los lineamientos de los planes y programas de desarrollo sectorial nacionales y estatales, así como con las políticas educativas actuales, el programa de desarrollo institucional de esta casa de estudios y la función social que siempre ha tenido, de formar profesionistas comprometidos con los problemas y necesidades sociales y productivos de la entidad, se ha integrado el presente plan de estudios, que persigue proporcionar una consistente preparación en el área del turismo como:

- Una estrategia educativa que vincule directamente a los estudiantes de la carrera con las empresas del sector turismo, para que conozcan de primera mano el entorno laboral y los problemas y situaciones reales que deberán enfrentar y resolver, así como para que su formación universitaria no sea un proceso meramente teórico y documental, sino práctica y objetiva.
- Desarrollo de la capacidad para vincular las situaciones reales del sector productivo con los elementos teóricos de su formación, para que comprendan que una vertiente es complemento de la otra y que no es posible lograr un desarrollo profesional pleno si no se articulan de manera dialéctica ambos componentes del conocimiento.
- Conocimiento de primera mano de los problemas y situaciones que cotidianamente enfrenta el personal operativo y gerencial de las empresas, a fin de no egresar profesionistas con expectativas de posiciones ejecutivas acompañadas de una ignorancia de las operaciones y procesos específicos del medio laboral.
- Generar en el Profesional Asociado en Servicios Turísticos el interés por reintegrarse a la institución educativa a culminar sus estudios a nivel licenciatura, con las bases más sólidas que brinda la experiencia laboral adquirida.
- Desarrollar profesionistas con conocimientos de administración, sin que se perciban a sí mismos sólo como administradores, sino como profesionales del turismo con capacidad técnica y operativa en las áreas de hospedaje, operaciones turísticas y alimentos y bebidas, con una visión empresarial.

b).- Estructura del plan de estudios

De acuerdo con el perfil del egresado y los créditos de las materias, los conocimientos, habilidades y actitudes que deberá tener son:

- ◆ **Teoría del turismo: 8 %**
- ◆ **Computación: 5 %**
- ◆ **Administración: 16 %**
- ◆ **Comercialización: 7 %**
- ◆ **Conocimiento del medio: 7 %**
- ◆ **Alimentos y bebidas: 7 %**
- ◆ **Tecnología del hospedaje: 8 %**
- ◆ **Empresas de viajes: 8 %**
- ◆ **Idiomas: 28 %**
- ◆ **Actividades culturales y deportivas: 5 %**

TOTAL: 100 %

c).- Distribución de materias por área de conocimiento

El plan de estudios está estructurado en ocho áreas de formación, cuyas materias respectivas son:

TURISMO

- Teoría General del Turismo y la Recreación
- Tendencias Actuales del Turismo

ADMINISTRACIÓN

- Administración I
- Administración II
- Contabilidad
- Comercialización de Servicios Turísticos I
- Comercialización de Servicios Turísticos II

COMPUTACIÓN

- Computación

CONOCIMIENTO DEL MEDIO

- Geografía Turística
- Historia de México y de Colima

ALIMENTOS Y BEBIDAS

- Alimentos y Bebidas I
- Alimentos y Bebidas II

EMPRESAS DE VIAJES

- Empresas de Viajes
- Agencias de Viajes

TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE

- Tecnología del Hospedaje I
- Tecnología del Hospedaje II

INGLÉS

- Inglés I
- Inglés II
- Inglés III
- Inglés IV

FRANCÉS

- * Francés I
- * Francés II
- * Francés III
- * Francés IV

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
TIRA DE MATERIAS

SEMESTRE I	T	P	Tt	Cr
Teoría General del Turismo y la Recreación	3	1	4	7
Geografía Turística	2	1	3	5
Computación	2	4	6	8
Administración I	3	3	6	9
Inglés I	2	4	6	8
Francés	1	2	3	4
Actividades culturales y deportivas	0	2	2	2
Servicio social	0	0	0	0
Total	18	17	30	43

SEMESTRE II	T	P	Tt	Cr
Tendencias Actuales del Turismo	2	2	4	6
Administración II	3	3	6	9
Historia de México y de Colima	3	1	4	7
Alimentos y Bebidas I	2	3	5	7
Inglés II	2	4	6	8
Francés	1	2	3	4
Actividades culturales y deportivas	0	2	2	2
Servicio social	0	0	0	0
Total	18	17	30	43

SEMESTRE III	T	P	Tt	Cr
Comercialización de Servicios Turísticos I	2	4	6	8
Empresas de Viajes	2	3	5	7
Alimentos y Bebidas II	1	3	4	5
Tecnología del Hospedaje I	2	3	5	7
Inglés III	2	3	5	7
Francés	1	2	3	4
Actividades culturales y deportivas	0	2	2	2
Servicio social	0	0	0	0
Total	10	20	30	40

SEMESTRE IV	T	P	Tt	Cr
Comercialización de Servicios Turísticos II	1	4	5	6
Agencias de Viajes	2	2	4	6
Contabilidad Básica	2	4	6	8
Tecnología del Hospedaje	2	3	5	7
Inglés IV	2	3	5	7
Francés	1	2	3	4
Actividades culturales y deportivas	0	2	2	2
Práctica profesional	0	0	0	0
Servicio social	0	0	0	0
Total	10	20	30	40

TOTAL DE CRÉDITOS:

166

UNIVERSIDAD DE COLIMA
 ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
 PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
 MAPA CURRICULAR

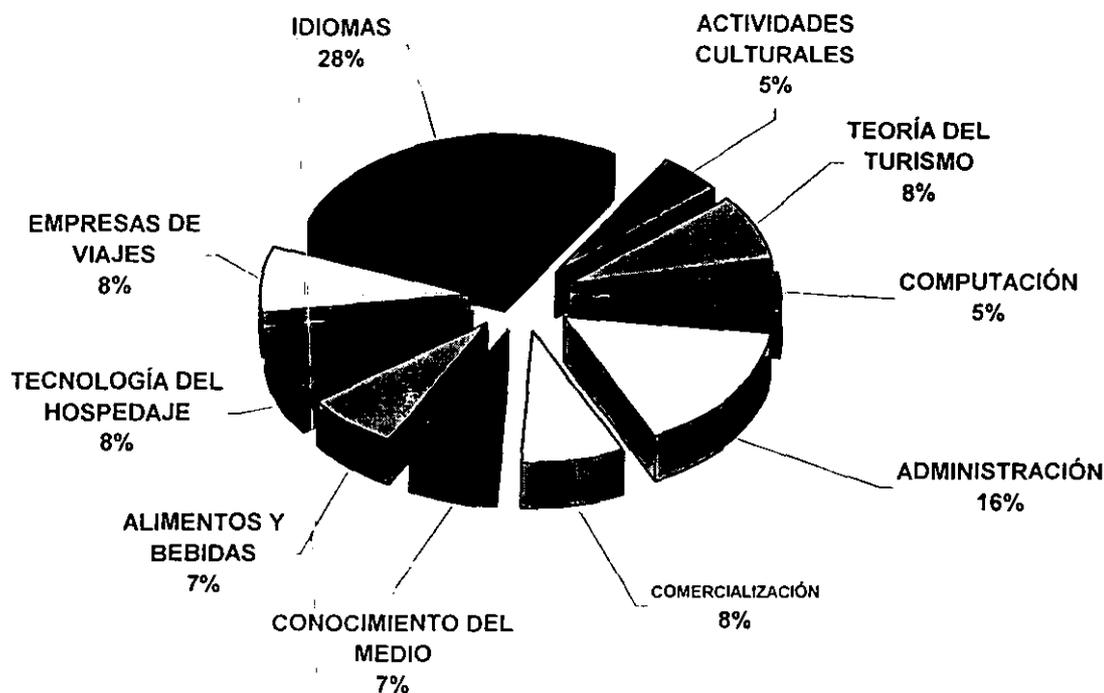
ÁREAS DE FORMACIÓN									
SEM	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS
1º	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I		COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I FRANCÉS I
2º	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II			HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II FRANCÉS II
3º			COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS I			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III FRANCÉS III
4º		CONTABILIDAD	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS II			AGENCIAS DE VIAJES		TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV FRANCÉS IV

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

ÁREAS DE FORMACIÓN
(PORCENTAJE EN CRÉDITOS)

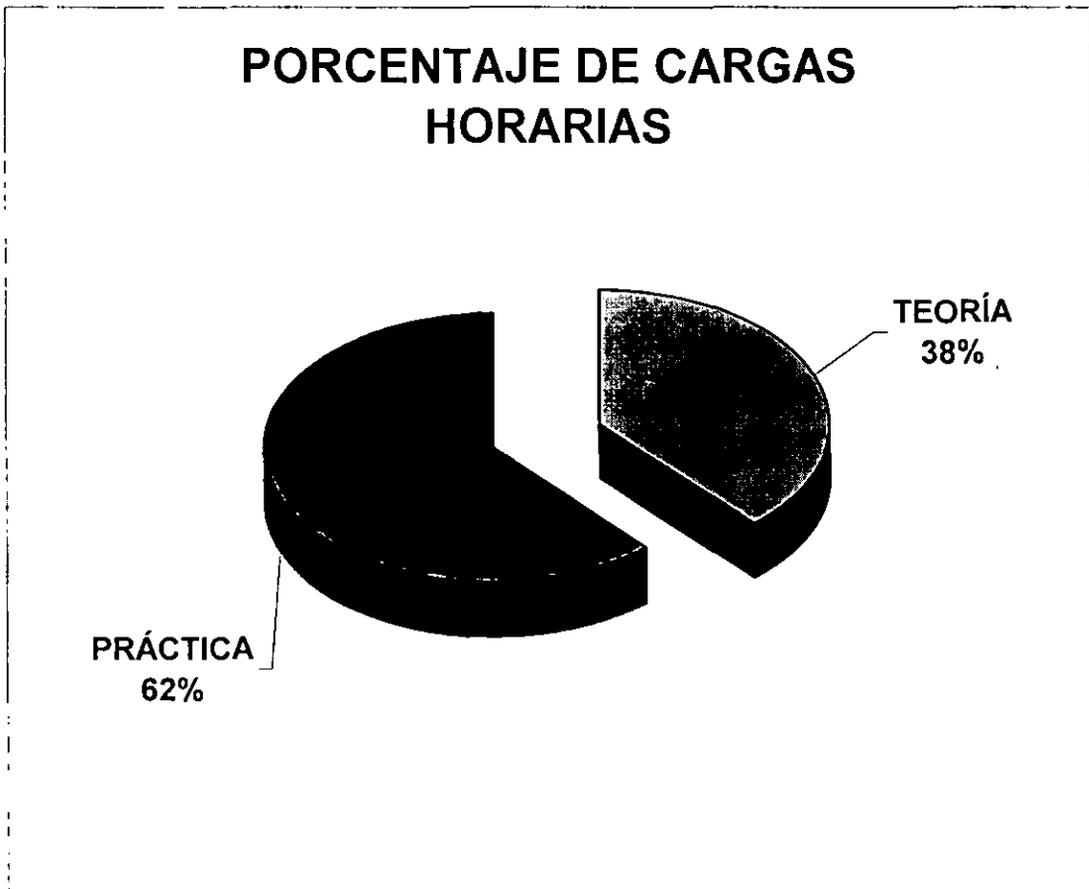
ÁREA	CRÉDITOS	%
TEORÍA DEL TURISMO	13	8
COMPUTACIÓN	8	5
ADMINISTRACIÓN	26	16
COMERCIALIZACIÓN	14	8
CONOCIMIENTO DEL MEDIO	12	7
ALIMENTOS Y BEBIDAS	12	7
TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	14	8
EMPRESAS DE VIAJES	13	8
IDIOMAS	46	28
ACTIVIDADES CULTURALES	8	5
TOTAL	166	100

**DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS
 POR ÁREAS DE FORMACIÓN**



UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CARGAS HORARIAS

MODALIDAD	HORAS	%
TEORÍA	46	38
PRÁCTICA	74	62
TOTAL	120	100



6.3.- Evaluación continua

El Programa de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos será evaluado por lo menos cada dos años, al momento de egresar cada una de las generaciones que ingresen, aunque los contenidos de las materias podrán revisarse y, en caso de considerarse conveniente, actualizarse al finalizar cada semestre. Entre los aspectos a contemplar durante el proceso de evaluación de la opción académica en cuestión se encuentran los siguientes:

a) Los programas de las asignaturas

Se evaluará su correspondencia tanto con las necesidades del sector productivo como con el perfil de los estudiantes; se revisará la suficiencia de los contenidos temáticos y su adecuación a los períodos propuestos, así como la pertinencia de métodos y contenidos para el logro de los objetivos de aprendizaje.

b) El desempeño del personal académico

Se propone evaluar aquí elementos del proceso académico tales como el dominio tanto teórico como práctico de las asignaturas por parte de los maestros, así como los métodos y técnicas que utilizan; será fundamental, por otra parte, medir el logro de los objetivos de enseñanza - aprendizaje y, finalmente, situaciones operativas tales como la asistencia y puntualidad de los académicos.

c) La participación de los estudiantes

Es importante no considerar a los estudiantes como menores de edad o como objetos pasivos del accionar académico, pues los escenarios de competencia, globalización y calidad total que se presentan actualmente en el sector productivo requieren de los profesionistas capacidades templadas por el esfuerzo, la intensidad en el desempeño académico y el desarrollo de cualidades indispensables en el campo de trabajo, como son la disciplina, la iniciativa y la creatividad, por lo que, al momento de valorar el rendimiento estudiantil, será muy importante evitar caer en actitudes complacientes o paternalistas.

d) La administración escolar

Se requiere valorar en este renglón todos los apoyos operativos, administrativos, financieros y académicos que se requieren para el logro de los objetivos de aprendizaje y que deben ser proporcionados por las autoridades escolares. Se evaluarán aquí aspectos operativos tales como la limpieza y situación de las instalaciones; suficiencia y oportunidad en la provisión de material didáctico; apoyo en la gestión de complementos del aprendizaje, tales como viajes de estudio, conferencias, tutoría y asesoría académica; así como la selección y apoyo al personal académico, entre otras variables.

e) La vinculación con el sector productivo

Tratándose de una carrera de profesionista asociado o técnico superior universitario, será de fundamental importancia evaluar la vinculación de la institución académica con las empresas del sector turismo, tanto por parte de los estudiantes como por parte de las autoridades escolares. El punto de partida aquí es la convicción de que el destino final de las acciones de una institución de educación superior es la sociedad en la que se encuentra inserta. El papel que las empresas del sector juegan en la formación de los profesionistas es también un factor que deberá ser analizado de manera sistemática y objetiva.

f) Momentos de la evaluación

Si bien la evaluación de las acciones educativas es un proceso que debe realizarse de manera permanente, los momentos más importantes para retroalimentar la curricula se presentarán una vez que las primeras generaciones de egresados se encuentren laborando en sus puestos de trabajo. Para tal fin, es importante llevar un registro de los egresados y de los lugares en donde habitan y trabajan, pues de otra manera resultará muy difícil efectuar una evaluación objetiva de las acciones realizadas por la institución de educación superior en la formación de los profesionistas.

6.4.- Modificaciones efectuadas en las propuestas de plan de estudios

El plan aprobado no surgió de una vez y para siempre. Se hizo una propuesta inicial elaborada en forma conjunta por la Escuela de Lenguas Extranjeras y la Dirección General de Educación Superior, la cual poco a poco fue siendo modificada por diversas instancias y circunstancias.

Así, durante una sesión general de Comité Curricular los empresarios consideraron que había demasiado espacio destinado a la asignatura de Alimentos y Bebidas y que, por otra parte, consideraban conveniente destinar más tiempo a Comercialización de Servicios

Turísticos y a Relaciones Públicas, dada la gran importancia que revisten para la actividad turística. Para resolver esa limitación, un empresario sugirió restar tiempo a las asignaturas relacionadas con el estudio teórico del turismo, a lo cual nos opusimos firmemente, prefiriendo restar espacio a Alimentos y Bebidas. Por otra parte, se propuso que el tiempo destinado a actividades culturales y deportivas (tres horas semanales) se destinara al estudio del francés, ya que originalmente sólo se propuso estudiar inglés. La sugerencia se anotó pero no se decidió nada al respecto. Finalmente, se aceptó sustituir un semestre de Alimentos y Bebidas por uno de Comercialización de Servicios Turísticos que contuviera un espacio para Relaciones Públicas, con lo que el plan A se convirtió en plan B.

Una vez aprobada esta versión por el Comité Curricular, se presentó ante la Coordinación General de Docencia, quien aprobó el plan con la indicación de que se incluyeran cinco horas de francés a la semana, utilizando para ello las horas destinadas para actividades culturales y deportivas, convirtiéndose el plan B en plan C.

Posteriormente, una instrucción de la Dirección General de Educación Superior nos indicó que se debía incluir un quinto semestre sin asignaturas para que los estudiantes realizaran una estancia de prácticas en empresas del sector turismo, con lo que el plan C se convirtió en plan D. Después vino la "contraorden" y se eliminó el semestre de "estancia". Esto nos llevó a distribuir seiscientas horas de práctica profesional en los cuatro semestres, hasta que una disposición de la Dirección General de Servicio Social nos indicó que las carreras del nivel de Profesional Asociado llevarían sólo doscientas horas de práctica profesional, lo cual nos pareció del todo insuficiente para cubrir con los lineamientos para esta modalidad educativa, por que nos opusimos, pero la directriz emitida al respecto era para todas las carreras de esa modalidad en la universidad, con lo que finalmente se eliminó el semestre destinado a la "estancia" en el ámbito productivo.

Con un enfoque pragmático, sin lugar a dudas puede afirmarse que, apegarse a las metodologías de diseño curricular y a los planes y políticas oficiales, funciona. Ello se demuestra en el hecho de que la carrera fue aprobada por las diversas instancias sin contratiempos; hasta esta fecha se ha asignado a la carrera una dotación presupuestal de más de \$ 3,000,000.00 MN para equipo y material didáctico y, por otra parte, contamos con dos grupos de estudiantes que suman una matrícula total de más de 60 alumnos, algunos de los cuales ya han recibido ofertas de empleo o se encuentran trabajando en empresas turísticas. El concepto clave para el diseño curricular resultó ser la *pertinencia*.

Como contrapartida, podría mencionar un par de opciones académicas cuyo proceso de diseño curricular se inició en forma simultánea a la de Profesional Asociado en Servicios Turísticos y hasta esta fecha sus planes de estudio no han sido aprobados. La diferencia estriba en que los encargados del desarrollo de esos programas no siguieron las metodologías propuestas por la Dirección General de Educación Superior.

Por otra parte, aunque no es objeto del presente trabajo, se anexa un ejemplar del mapa curricular propuesto para la continuación de la carrera de Profesional Asociado en Servicios Turísticos, la cual se acordó denominar *Licenciado en Administración de Servicios Turístico*. Lo anterior, con el propósito de ilustrar la continuidad del trabajo realizado para concluir la opción educativa.

CONCLUSIONES

En este trabajo he tratado de hacer una serie de reflexiones y análisis sobre la sociología de la educación y, más específicamente, sobre la relación que existe entre la educación superior y un sector de la actividad económica. Primero que nada, mostré de manera sintética el contexto socioeconómico del país, enmarcado dentro de las tendencias globales contemporáneas. Así, tenemos que el final del siglo XX en la República Mexicana, lugar y momento histórico en el que se ubica el presente trabajo, se caracteriza por una situación de cambio acelerado en diversos ámbitos: en el plano político, transición a la democracia; en el ámbito económico, neoliberalismo, globalización, apertura comercial, competencia exacerbada y desregulación. En lo social, enormes desigualdades generadas por la exagerada concentración de la riqueza y la falta de oportunidades para gran parte de la población.

En el ámbito mundial, el desarrollo de la ciencia, la revolución tecnológica y la sociedad de la información han originado un crecimiento económico sin precedentes en la historia de la humanidad, acompañado por el auge del comercio, las comunicaciones y los viajes internacionales. Paradójicamente, mientras por una parte encontramos reducidos grupos sociales viviendo en la abundancia, por la otra, enormes masas de la población mundial sobreviven en medio del hambre, la enfermedad, la pobreza y la ignorancia.

De manera ideal, la educación debería traer beneficios a toda la sociedad. Sin embargo, todo proceso educativo está condicionado por cambios sociales y políticos, por una parte, y por las estrategias de desarrollo económico y social, por la otra. Indudablemente, en nuestro sistema educativo nacional la balanza se inclina hacia la iniciativa privada y, más aún, en el campo de la actividad turística, donde la participación institucional y del sector social es mínima. La evidencia indica que no basta el talento, la voluntad personal o el acervo individual con el que nace el individuo, sino que el acceso a una educación competitiva depende del nivel de ingresos de la familia, la estructura de participación, el grado de marginación de su comunidad y en general de las relaciones sociales.

En lo que se refiere al estudio sociológico de la educación, la escuela sigue siendo una institución que contribuye a la reproducción de las posiciones de clase y al mantenimiento de las desigualdades sociales, legitimándolas. Si bien existe un consenso generalizado en que es indispensable la inversión social en educación, llegando incluso a considerar a la fuerza de trabajo como *recurso* o *capital* humano, los desequilibrios y desigualdades propios del neoliberalismo económico se presentan de nuevo en los ámbitos educativo, social y laboral, pues si bien se da un crecimiento de posiciones de alta calificación, se incrementa en mayor medida el surgimiento de empleos para personal con poca o ninguna calificación, como cajeros, dependientes, vendedores, maquiladores, etc.

Así, el nivel académico de profesional asociado va orientado a formar personal técnicamente capacitado para desempeñarse en el nivel operativo, lo cual es coherente con la estructura de clases de nuestra sociedad. En términos generales, en todos los sectores de actividad económica, se requiere de más personal de nivel operativo, bastante menos a nivel gerencial y unos cuantos de nivel directivo. Esta estratificación corresponde con la estructura piramidal de los organigramas empresariales en general.

La posición social de los egresados de las carreras turísticas dependerá con mucho del nivel que logren concluir; es de esperarse que quienes culminen los estudios a nivel licenciatura podrán aspirar a puestos de nivel gerencial y quienes concluyan estudios a nivel maestría tendrán mayores argumentos para poder aspirar a puestos directivos, ya sea en instituciones públicas o en empresas del sector privado. Como señala Bonal, en los sectores productivo actualmente crecen los puestos directivos, pero gracias a la automatización y las tecnologías de la información, crecen mucho más las posiciones operativas y de bajo nivel, para personal con bajo nivel de calificación.

Prácticamente todos los textos consultados, sean teóricos del diseño curricular, como Díaz Barriga y Ornelas, instituciones internacionales como la OCDE y la Organización Mundial del Turismo, dependencias federales como las secretarías de Educación y Turismo o instituciones educativas como la Universidad de Colima, coinciden en señalar que el punto de partida para la formulación de un plan de estudios para el nivel de educación superior es la investigación del mercado laboral, a la par con propuestas para una estrecha vinculación entre las universidades y el sector productivo.

Los textos consultados también coinciden en proponer que se incluyan dentro de los planes de estudios asignaturas relacionadas con la enseñanza de las matemáticas, tecnologías, informática e idiomas extranjeros, con una marcada orientación hacia el mercado y al logro de niveles de calidad y competitividad en niveles internacionales, todo lo cual forma parte de los valores y la ideología subyacentes en las políticas educativas oficiales.

La concentración de la matrícula en áreas que no corresponden con las "grandes necesidades nacionales" y con la demanda del mercado laboral es otro aspecto que resalta tanto en el ámbito nacional como en el Estado de Colima, registrándose una matrícula excesiva en carreras como Derecho, Contabilidad, Administración y el magisterio, frente a una baja población estudiantil en áreas de ciencias y humanidades. Aquí encontramos una falta de adaptación de las expectativas de los estudiantes y sus familias con las tendencias del desarrollo económico y tecnológico global, esto es, un rasgo de cultura y tradición que hoy se encuentra superado y, por otra parte, un reflejo de la falta de calidad en la formación científica del estudiantado, así como de la falta de capacidad de los orientadores vocacionales del nivel medio superior.

El crecimiento acelerado de la actividad turística internacional coincide, en términos generales, con la *terciarización* de la economía, esto es, el desplazamiento del centro de gravedad de la actividad económica de las actividades productivas de los sectores primarios y secundario al campo de los servicios. De ahí el interés de las autoridades educativas en fomentar esta modalidad de opciones educativas de nivel superior.

En el ámbito mundial, la actividad turística se encuentra en transición hacia un nuevo paradigma, en el cual los conceptos clave son *sustentabilidad, calidad, competitividad segmentación y diversificación*, por lo cual deberán formar parte de los planes de estudio de las carreras turísticas. En este contexto, la investigación de los verdaderos impactos económicos, ecológicos, sociales y culturales del turismo resulta a la vez un reto y una oportunidad para las universidades mexicanas, por el potencial que representa para arrojar luz sobre los resultados tangibles de esta área de actividad.

La situación del sector turismo en nuestro país parece ser representativa de nuestra realidad nacional en general. Siendo una sociedad en transición del autoritarismo a la democracia y del atraso histórico a la modernidad, también se puede ubicar a la actividad turística de nuestro país a medio camino, con grandes desequilibrios entre los centros turísticos de fama internacional y los centros de playa tradicionales, entre los grandes corporativos turísticos y las empresas familiares locales, entre empresas con premios de calidad y competitividad de clase mundial y establecimientos en el nivel de subsistencia, con un enorme potencial desaprovechado y rendimientos limitados, ante la incapacidad manifiesta de las autoridades para impulsar su desarrollo pleno.

En el campo específico que nos ocupa, la situación de las instituciones de educación superior para el turismo resulta ser bastante desalentadora en nuestro país, con elevados índices de deserción, una distorsión de las opciones académicas hacia el área contable - administrativa, inexistencia de hoteles - escuela, desvinculación con el sector productivo y escasez de personal docente suficientemente capacitado, todo lo cual ayuda a explicar la falta de calidad y de competitividad de la industria turística, así como sus rendimientos decrecientes. El conocimiento de este diagnóstico, no obstante, nos permite prevenirnos frente a los problemas y obstáculos que sabemos que tenemos que superar y, que de hecho, ya estamos experimentando. Sin embargo, el hecho de que se presenten contratiempos y situaciones adversas no puede ser un pretexto para no asumir las tareas.

En lo que se refiere al estado de Colima, conviene mencionar que la situación de esta entidad federativa es similar a la de otras entidades del país o de otros países del mundo, que cuentan con valiosos recursos naturales estratégicos, pero cuya población carece de la preparación y del capital para explotarlos. Desde este punto de vista, para los colimenses es irrelevante el hecho de que los beneficios de la explotación de los recursos del estado vayan a parar a la capital, a Monterrey o a Suiza; el punto es que no estuvieron preparados para explotar los recursos en el momento oportuno.

Entre los factores que mayor incidencia tuvieron en esta situación fueron su aislamiento geográfico, las catástrofes naturales, el insuficiente desarrollo de sus instituciones educativas y el golpe recibido cuando tuvieron la oportunidad de acumular capital a partir de un producto que resultó ser una fuerte competencia para el vino español. La política turística estatal puede considerarse un reflejo ampliado de la problemática del sector turismo en el ámbito nacional, sólo que agravado por la falta de visión y preparación de la clase gobernante colimense. Finalmente, los habitantes del estado han comprendido la importancia que representa la formación de los recursos humanos para ser competitivos en la sociedad contemporánea, lo cual se refleja en la proporción de los recursos fiscales invertidos en educación y en el impulso recibido por instituciones de educación superior como la Universidad y el Instituto Tecnológico de Colima.

La información presentada en relación con la creciente importancia de la actividad turística en los ámbitos mundial, nacional y estatal brinda pertinencia a la carrera de Profesional Asociado en Servicios Turísticos. De acuerdo con las declaraciones de los prestadores de servicios turísticos de la entidad, existe un mercado laboral para los egresados de carreras turísticas, esencialmente porque hoy en día están contratando a personal sin formación específica para trabajar en sus empresas.

A pesar de que su desempeño profesional no ha resultado tan gratificante como habían esperado, los egresados de carreras turísticas entrevistados consideraron que la opción académica en cuestión es conveniente. Por otra parte, existen estudiantes del nivel medio superior en el estado interesados en cursar carreras del giro turístico y, por su parte, la Universidad de Colima cuenta con los recursos humanos, materiales y financieros para organizar e impartir la carrera objeto del presente trabajo de manera adecuada, aunque se espera que la calidad de la formación impartida en la carrera mejore con el paso del tiempo y la experiencia acumulada.

La utilización de técnicas de investigación social resultó de gran utilidad en este proceso, así como el hecho de efectuar consultas y consensar las propuestas a través de instancias de participación social en la educación, como son los comités curriculares y el Consejo Universitario. Los métodos utilizados resultan bastante más convenientes que el diseño curricular elaborado por un grupo de expertos encerrados en una sala de juntas, tratando de discernir un plan de estudios en base a discusiones y especulaciones.

Desde un punto de vista regional, la creación del plan de estudios se orienta a brindar mayor competitividad en el ámbito internacional a los actores del sector turismo colimense. Se espera que la formación de recursos humanos eleve la calidad de los servicios turísticos y les permita insertar una mejor oferta turística en el mercado mundial, lo cual a su vez, generará una mayor captación de divisas, ingresos y derrama económica en general, fomentando la generación de empleos y el surgimiento de pequeñas y medianas empresas turísticas.

Por supuesto, el impacto socioeconómico de la impartición de carreras turísticas en la Universidad de Colima es un proceso cuyos resultados sólo podrán percibirse en el largo plazo, esto es, en un lapso de entre cinco y diez años, cuando los alumnos egresados de las diversas generaciones acumulen una masa crítica, alcancen un nivel de experiencia y toma de decisiones; hasta que su accionar cotidiano eleve el nivel de cultura turística y la calidad de los servicios turísticos de la entidad en su conjunto. Pero, en general, la opción académica objeto de este trabajo se ha instrumentado con la expectativa de que mejore el nivel de bienestar de la población colimense, aunque sea de manera gradual, a largo plazo y en pequeña escala.

Una función social trascendental que deberán desempeñar los egresados de las carreras turísticas es la búsqueda de la sustentabilidad económica, ecológica y social de la actividad turística en la región. Esto implica una convicción para alcanzarla en forma constante y sistemática, con una visión estratégica, planteando objetivos y metas a largo plazo, con una vigilancia constante. No es una tarea fácil que pueda lograrse en forma espontánea, con buenas intenciones o declaraciones.

Definitivamente será muy complicado para los egresados de la Universidad de Colima competir con colegas que cursaron sus estudios en universidades privadas de nuestro país, como la Universidad Autónoma de Guadalajara, la Universidad Anáhuac o el Tecnológico de Monterrey, y no tanto por lo que se refiere a la calidad de la instrucción recibida, sino más bien al carácter de clase de la educación. Es de todos sabido el hecho de que en las empresas privadas se da prioridad para emplear y promover a los puestos de mando a egresados de universidades privadas. Esta situación se ve agravada si los egresados de la Universidad de Colima compiten con los egresados de instituciones como la Universidad de Cornell o los Hoteles Escuela Glion, de Suiza.

También existe un mundo de diferencia entre los \$ 800.00 semestrales que paga el estudiante colimense frente a los \$ 30,000.00 que paga el estudiante del ITESM o los \$ 35,000 francos suizos que se pagan en Berna. Esto también representa una diferencia entre el personal académico que se puede contratar y retener. Esto es, aunque se dé a las carreras turísticas de las universidades públicas una orientación empresarial, hacia la competitividad internacional, la calidad total en los servicios turísticos, la rentabilidad financiera y la mercadotecnia, las diferencias persisten. Esto también significa que, en una sociedad globalizada, la competencia no se da sólo entre grupos regionales y nacionales, sino también con empresas, equipos y naciones de todo el mundo.

Las asignaciones presupuestales para las nuevas carreras del nivel profesional asociado demuestran que apegarse a las políticas oficiales aumenta las probabilidades de que los proyectos académicos sean aprobados y apoyados con recursos, en tanto que no apegarse no implica sanciones, pero sí rechazo y abandono, lo cual resulta una manera tácita de forzar la aplicación de las políticas. Esto resulta coincidente con las tesis de Bonal en el sentido de que el discurso político oficial confiere una gran importancia a la educación de la población a fin de brindar mayor competitividad a las naciones en el contexto global.

En relación con este mismo autor, si realmente es cierto que la educación convierte a la sociedad capitalista de fines del siglo XX en una verdadera *meritocracia* y las tecnologías de la información están cambiando las relaciones de poder, la organización económica y el papel de Estado, entonces, los egresados de las universidades públicas realmente tienen oportunidades.

Actualmente, en la opción académica que es objeto del presente trabajo, el principal problema que se requiere superar es la falta de personal docente suficientemente calificado para brindar el nivel de calidad que se requiere para que los alumnos resulten competitivos en el mercado laboral internacional. Esto obedece a que en este momento no se ha logrado consolidar los cuerpos académicos necesarios. Así, por ejemplo, faltan maestros especializados para las áreas de alimentos y bebidas y tecnología del hospedaje.

Los profesionistas que se encuentran desempeñándose laboralmente en las empresas turísticas de la región no disponen de tiempo para la docencia y, por otra parte, el pago que ofrece la Universidad de Colima es bastante inferior a lo que ingresan trabajando en empresas turísticas. Paradójicamente, la Universidad puede obtener el presupuesto para instalaciones, laboratorios, equipos, material didáctico y hasta un hotel escuela, pero no dispone del presupuesto para pagar al personal adecuado. La propuesta es que el sector educativo invierta en pagar salarios competitivos al personal docente. De otra manera, resulta inútil intentar competir con los centros educativos de clase mundial en materia de turismo. No podemos olvidar que, por su naturaleza intrínseca, el turismo es una actividad económica volcada al mercado internacional.

BIBLIOGRAFÍA

- BAENA Paz, Guillermina y MONTERO O., Sergio: Tesis en 30 días, Editores Mexicanos Unidos, México, 1998.
- BONAL, Xavier: Sociología de la educación: una aproximación crítica a las corrientes contemporáneas, Ed. Paidós, España, 1998.
- COOPER, C., et al: Turismo principios y práctica, México, Diana, 1997.
- DE AZEVEDO, Fernando: Sociología de la educación, Ed. FCE, México, 1997.
- DÍAZ BARRIGA, Ángel: Ensayos sobre la problemática curricular, Ed. Trillas, México, 1997.
- DÍAZ BARRIGA Arceo, Frida et al: Metodología de diseño curricular para educación superior; Ed. Trillas, México, 1995.
- FAYÓS Solá, Eduardo: "Educación y formación en la nueva era del turismo", en El capital humano en la industria turística del siglo XXI, Organización Mundial del Turismo, España, 1997.
- GARRIDO, Luis: "La crítica del Neoliberalismo realmente existente", en Chomsky, Noam: La sociedad global. Educación, mercado y democracia. Ed. J.M. Contrapuntos, México, 1998.
- GUTIÉRREZ Grajeda, Blanca E.: Las caras del poder. Conflicto y Sociedad en Colima, 1893 - 1950, de la colección Historia General de Colima, Tomo IV, editado por la Universidad de Colima, el Gobierno del Estado y CONACULTA, México, 1995.
- GUZMÁN Nava, Ricardo, Prof.: Geografía de Colima, Ed. IDEAR, Colima, México, 4ª edición, 1994.
- HALL, C.M. and PAGE, S.J.: The geography of tourism and recreation: environment, place and space, Ed. Routledge, Reino Unido, 1999.
- HOLLOWAY, J. C.: El negocio del turismo, México, Ed. Diana, 1997.
- MEYER, Jean: La cristiada en Colima, México, Ed. FCE, 1993.

ORNELAS, Carlos: El sistema educativo mexicano. La transición de fin de siglo, editado por FCE, NAFIN y CIDE, México, 1995.

PEARCE, David W.: Diccionario de economía moderna del MIT, Ed. La Prensa MIT, Estados Unidos, 1995.

ROMERO de Solís, José Miguel: Breve Historia de Colima, editado por El Colegio de México y el Fondo de Cultura Económica, México, 1994.

SERRANO Alvarez, Pablo: La búsqueda de la modernidad y el regionalismo, Historia General de Colima, Tomo V, editado por la Universidad de Colima, el Gobierno del Estado de Colima y CONACULTA, Colima, México, 1995.

TABA, Hilda: Elaboración del curriculum: teoría y práctica, Ed. Troquel, Argentina, 1990.

VILLALPANDO, José Manuel: Sociología de la Educación, Ed. Porrúa, México, 1981.

DOCUMENTOS

Gobierno del Estado de Colima: *Plan Estatal de Desarrollo 1998 – 2003*.

-----Primer Informe de Gobierno, Administración 1997 – 2003, 1998.

-----Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación: *Concentrado Estadístico de Educación Superior.- Inicio de Cursos 1997 –1998*.

-----Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación: *Directorio Escolar Ciclo 1997 – 1998*.

-----Departamento de Estadística de la Secretaría de Educación: *Estadística Básica del Sistema Educativo 1997 – 1998*.

-----Secretaría de Turismo: *Directorio de Servicios Turísticos del Estado de Colima*, 1998.

-----Secretaría de Turismo: *Información Básica Turística 1992 – 1997*.

- Grupo Gea: *Análisis Económico y Laboral del Sector Turismo en México*, México, 1998.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: *Perfil sociodemográfico del Estado de Colima Aguascalientes*, México, 1997.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: *Guía Turística. Estado de Colima*. México, Aguascalientes, México, 1996.
- MARTÍN Gil, Fernando: *La formación, estrategia prioritaria para el futuro del turismo mundial*, Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid, España, 1996.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE): *Exámenes de las políticas nacionales de educación. México: Educación Superior*, México, 1997.
- Plan Nacional de Desarrollo 1995 –2000.
- Programa de Desarrollo Educativo 1995 –2000.
- Programa de Desarrollo de Desarrollo del Sector Turismo 1995 –2000.
- Secretaría de Educación Pública – Universidad de Colima: *Convenio sobre el Programa para el Mejoramiento del Profesorado, anexo relativo a la Escuela de lenguas Extranjeras*, 1998.
- Secretaría de Turismo, Subsecretaría de Desarrollo Turístico: *Estadísticas básicas de la actividad turística 1997*.
- Secretaría de Turismo, Grupo Consultivo para la Formación de Recursos Humanos para el Turismo, Subcomisión de Nivel Superior: *Recomendaciones a las Escuelas de Turismo de Nivel Superior*, 1994.
- Tipografía y Diseño Computarizado, S.A. DE C. V. : *Directorio TURISTAMPA de la Industria Turística Nacional*, México, D. F. , 1998.
- Universidad de Colima: *Estrategia Horizonte Siglo XXI*, Plan Institucional de Desarrollo 1998 - 2003, Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Metodología para determinar la factibilidad y pertinencia de nuevos programas de estudio en los niveles 5, 6 y 7*, Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Estudio de mercado de mano de obra calificada: Técnico / Profesional (Propuesta para solicitar recursos a FOMES)*, Colima, México, 1998.

- Dirección General de Educación Superior: *Fondo para Modernizar la Educación Superior. Guía 1998*. Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Integración de Comités Curriculares*, Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Lineamientos mínimos para la elaboración y reestructuración de planes de estudio*, Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Nuevas opciones educativas*, Colima, México, 1998.
- Dirección General de Educación Superior: *Técnico Superior Universitario*, Colima, México, 1998.
- World Tourism Organization, *Overview of Basic Tourism Statistics*, México, 1998.

PÁGINAS DE INTERNET

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión: Ley General de Educación.
[http:// www. cddhcu.gob.mx](http://www.cddhcu.gob.mx)

Universidad de Colima: [http:// www.ucol.mx](http://www.ucol.mx)

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática: [http:// www.inegi.gov.mx](http://www.inegi.gov.mx)

ANEXOS

ANEXO A:

CUESTIONARIOS UTILIZADOS

- 1. Cuestionario para estudio de demanda estudiantil**
- 2. Cuestionario para investigación de mercado laboral**
- 3. Cuestionario para egresados de carreras turísticas**

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROGRAMA DE DISEÑO CURRICULAR
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
ESTUDIO DE DEMANDA ESTUDIANTIL
CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO SUPERIOR

PLANTEL: _____
GRADO: _____ GRUPO: _____ ÁREA: _____
MUNICIPIO: _____ FECHA Y HORA _____
NOMBRE DEL ALUMNO: _____
SEXO: _____ EDAD: _____ DOMICILIO: _____
_____ TEL.: _____ CP: _____

1.- ¿Piensas seguir estudiando una vez terminada la preparatoria?

Sí () No ()

2.- En caso de que desees seguir estudiando, ¿qué carrera te gustaría seguir y en qué institución? _____

3.- ¿Te has dado cuenta de la creciente importancia que la actividad turística ha adquirido para nuestro estado y para nuestro país? Sí () No ()

4.- ¿Has pensado en dedicarte de manera profesional al estudio de idiomas?

Sí () No ()

5.- ¿Te interesaría estudiar una carrera técnica corta que te permitiera insertarte en el mercado de trabajo en un breve plazo y posteriormente, en caso de que lo desearas, continuar tus estudios para obtener el nivel licenciatura, como es el caso de las carreras de técnico superior universitario? Sí () No ()

6.- De entre los siguientes campos de actividad, marca aquellos los que creas que puede desempeñarse una persona con estudios profesionales en materia de turismo: Hotelería

() Restaurantes () Agencia de viajes ()
Tour operador () Aerolíneas () Líneas de autotransporte ()
Arrendadoras de automóviles () Parques temáticos () Docencia ()
Guía de turistas () Turismo náutico () Turismo ecológico ()
Turismo aventura () Turismo rural () Empresario turístico ()

7.- ¿Te gustaría estudiar una carrera para desempeñarte de manera profesional en el campo de la actividad turística? Sí () No ()

8.- ¿Te interesaría estudiar en cuatro semestres la carrera de Técnico Superior Universitario en Servicios Turísticos con la opción de posteriormente terminar tus estudios a nivel licenciatura? Sí () No ()

9.- En lo que se refiere al horario, preferirías que fuera:

Matutino () Vespertino () Mixto () Indiferente ()

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
INVESTIGACIÓN DEL MERCADO LABORAL
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

SE SOLICITA QUE EL CUESTIONARIO SEA RESPONDIDO POR PERSONAL DE LAS EMPRESAS O INSTITUCIONES RELACIONADO DIRECTAMENTE CON EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS, CONTRATACIÓN DE PERSONAL, CAPACITACIÓN Y VALUACIÓN DE PUESTOS.

EMPRESA O INSTITUCIÓN: _____
PERSONA QUE RESPONDE EL CUESTIONARIO: _____
NOMBRE: _____
PUESTO: _____
DOMICILIO: _____
TELÉFONO, FAX, E-MAIL: _____
FECHA: _____

FAVOR DE CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1.- ¿LA EMPRESA O INSTITUCIÓN QUE USTED REPRESENTA HA CONTRATADO PERSONAL EGRESADO DE ESCUELAS DE NIVELES MEDIO SUPERIOR O SUPERIOR CON FORMACIÓN EN CARRERAS TURÍSTICAS? SÍ () NO ()

2.- EN CASO DE HABER RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE A LA PREGUNTA ANTERIOR, FAVOR DE MENCIONAR LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LAS QUE HAN EGRESADO _____

3.- CONSIDERA USTED QUE EL NIVEL ACADÉMICO O LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN QUE RECIBIERON PUEDE CONSIDERARSE:

SUPERIOR () BUENO () DEFICIENTE() MUY DEFICIENTE()
COMENTARIOS: _____

4.- EN CASO DE HABER CONTRATADO PERSONAL CON FORMACIÓN EN CARRERAS TURÍSTICAS, ¿QUE PUESTOS O FUNCIONES SE LES HA ASIGNADO?:

5.- EL PERSONAL CON FORMACIÓN EN CARRERAS TURÍSTICAS QUE SE HA CONTRATADO, ¿HA TENIDO UN BUEN DESEMPEÑO? SÍ () NO ()

¿POR QUÉ? (COMENTARIOS): _____

5.- ESTE TIPO DE PERSONAL, ¿HASTA QUÉ NIVELES HA PODIDO ASCENDER? _____

7.- ¿QUÉ LOGROS O APORTACIONES HA HECHO EN SU EMPRESA? _____

8.- DENTRO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DE UN PERFIL PROFESIONAL, ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE USTED CONSIDERA QUE DEBERÍA REUNIR UN EGRESADO DE UNA ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO?:

CONOCIMIENTOS: _____

HABILIDADES: _____

ACTITUDES: _____

DESTREZAS: _____

9.- DE LAS SIGUIENTES MATERIAS, POR FAVOR SEÑALE USTED LA IMPORTANCIA QUE TIENEN DENTRO DE LA FORMACIÓN DEL PERSONAL PROFESIONAL DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA EL DESEMPEÑO EN SU EMPRESA:

ÁREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	IMPORTANCIA			
		MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
MATEMÁTICAS	CÁLCULO				
	ESTADÍSTICA				
HISTORIA	HISTORIA DE MÉXICO				
	HISTORIA REGIONAL DE MESOAMÉRICA				
	HISTORIA DEL ARTE				
IDIOMAS	INGLÉS				
	FRANCÉS				
	ALEMÁN				
	ITALIANO				
	JAPONÉS				
INGLÉS	COMPRENDER				
	HABLAR				
	TRADUCIR				
	ESCRIBIR				
DERECHO	FUNDAMENTOS				
	MERCANTIL				
	LABORAL				
	TURÍSTICO				
GEOGRAFÍA TURÍSTICA	UNIVERSAL				
	DE MÉXICO				
	REGIONAL				

AREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
ALIMENTOS Y BEBIDAS	OPERACIÓN DE RESTAURANTES				
	PREPARACIÓN DE ALIMENTOS				
	ANÁLISIS Y CONTROL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
HOTELERÍA	OPERACIÓN DE BARES				
	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE				
	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIÓN HOTELERA				
ADMINISTRACIÓN	CONGRESOS Y CONVENCIONES				
	ADMINISTRACIÓN				
	CONTABILIDAD				
	FINANZAS				
	RECURSOS HUMANOS				
	PLANEACIÓN				
COMPUTACIÓN	ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA				
	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL				
	PROCESADOR DE TEXTOS				
	HOJA DE CÁLCULO				
	DISEÑO GRÁFICO				
	WINDOWS				
COMERCIALIZACIÓN	INTERNET				
	PROGRAMACIÓN				
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
	DISEÑO DE PRODUCTOS				
	VENTAS				
EMPRESAS DE VIAJES	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
	COMERCIO INTERNACIONAL				
	AGENCIAS DE VIAJES				
	EMPRESAS DE TRANSPORTE				
TURISMO	EMPRESAS NAÚTICAS				
	TRANSPORTE AÉREO				
	TRANSPORTE TERRESTRE				
	TEORÍA DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN				
	TURISMO Y MEDIO AMBIENTE				
	TURISMO SOCIAL				
	NUEVAS MODALIDADES DEL TURISMO				

AREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	-			
	REDACCIÓN				
ECONOMÍA	MICROECONOMÍA				
	MACROECONOMÍA				
	DESARROLLO REGIONAL				
	PROBLEMAS ECONÓMICOS DE MÉXICO				
DIVERSAS	RELACIONES HUMANAS				
	RELACIONES PÚBLICAS				
	CULTURA DE CALIDAD				
	PRIMEROS AUXILIOS				
	OPERACIONES TURÍSTICAS				
	EVENTOS ESPECIALES				
	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS				
	SERVICIO A CLIENTES				

ALGUNAS OTRAS ASIGNATURAS O MATERIAS QUE USTED CONSIDERE IMPORTANTE INCORPORAR EN EL PLAN DE ESTUDIOS: _____

10.- EN CASO DE QUE SE DISEÑARA UN PROGRAMA DE ESTUDIOS QUE SATISFICIERA LOS REQUERIMIENTOS DE FORMACIÓN PARA EL DESEMPEÑO LABORAL DENTRO DE SU INSTITUCIÓN, ¿SU EMPRESA TENDRÍA LA DISPOSICIÓN PARA CONTRATAR PROFESIONALES EN SERVICIOS TURÍSTICOS EGRESADOS DE ESTA ESCUELA?

SI () NO () ¿POR QUÉ? _____

11.- EN CASO DE RESPONDER AFIRMATIVAMENTE A LA PREGUNTA ANTERIOR ¿A QUÉ INGRESO PODRÍA ASPIRAR PROFESIONAL TURÍSTICO RECIÉN FORMADO AL INCORPORARSE A SU EMPRESA?:

12.- ¿SU EMPRESA ESTARÍA DISPUESTA A PERMITIR A ESTUDIANTES DE ESTA ESCUELA EFECTUAR AHÍ SUS PRÁCTICAS PROFESIONALES? SÍ () NO ()

13.- ¿SU EMPRESA ESTARÍA MÁS INTERESADA EN CONTRATAR PERSONAL DE NIVEL TÉCNICO O DE NIVEL LICENCIATURA?: _____

COMENTARIOS ADICIONALES: _____

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
SISTEMA DE EVALUACIÓN PERMANENTE DE PLANES DE ESTUDIO
INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL

CUESTIONARIO DIRIGIDO A PROFESIONISTAS EGRESADOS DE CARRERAS
TURÍSTICAS CON EXPERIENCIA EN EL MERCADO LABORAL

PERSONA QUE RESPONDE EL CUESTIONARIO:

NOMBRE: _____

PUESTO: _____

DOMICILIO: _____

TELÉFONO, FAX, E-MAIL: _____

EMPRESA O INSTITUCIÓN DONDE LABORA: _____

FECHA: _____

FAVOR DE CONTESTAR LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

1.- NOMBRE DE LA CARRERA QUE ESTUDIÓ: _____

2.- NIVEL: _____

3.- NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DONDE ESTUDIÓ: _____

4.- ¿CONSIDERA USTED QUE LAS EXPECTATIVAS QUE TUVO AL ELEGIR SU CARRERA
PROFESIONAL HAN RESULTADO SATISFECHAS? SÍ () NO () ¿POR QUÉ?

5.- CONSIDERA USTED QUE EL NIVEL ACADÉMICO O LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN QUE
RECIBIÓ FUE:

SUPERIOR () BUENO () DEFICIENTE () MUY DEFICIENTE ()

COMENTARIOS: _____

6.- ¿SE SIENTE USTED SATISFECHO CON LOS LOGROS ECONÓMICOS Y PROFESIONALES
QUE HA OBTENIDO GRACIAS A SU FORMACIÓN? SÍ () NO () ¿POR QUÉ?

7.- ¿CONSIDERA USTED QUE DESDE UN PUNTO DE VISTA SOCIAL SE RECONOCEN EL TRABAJO
Y LAS APORTACIONES EFECTUADAS A LA COMUNIDAD POR LOS PROFESIONISTAS DE SU RAMO?
SÍ () NO () ¿POR QUÉ?

8.- ¿CREE USTED QUE LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE RECIBIÓ LE HA FACILITADO LA
OBTENCIÓN DE EMPLEO Y EL INTERÉS POR SUS SERVICIOS PROFESIONALES POR
PARTE DE EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO? SÍ () NO () ¿POR QUÉ?

9.- DE LAS MATERIAS QUE USTED ESTUDIÓ DURANTE SU FORMACIÓN PROFESIONAL, ¿CUÁLES CREE USTED QUE HAN SIDO LAS QUE LE HAN RESULTADO DE MÁS UTILIDAD Y CUÁLES CONSIDERA QUE SU ESTUDIO RESULTÓ IRRELEVANTE PARA SU PRÁCTICA PROFESIONAL?

10.- DENTRO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS DE UN PERFIL PROFESIONAL, ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS QUE USTED CONSIDERA QUE DEBERÍA REUNIR UN EGRESADO DE UNA ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO?:
 CONOCIMIENTOS: _____

HABILIDADES: _____

ACTITUDES: _____

DESTREZAS: _____

11.- DE LAS SIGUIENTES MATERIAS, POR FAVOR SEÑALE USTED LA IMPORTANCIA QUE TIENEN DENTRO DE LA FORMACIÓN DEL PERSONAL PROFESIONAL DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA SU DESEMPEÑO LABORAL:

AREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
MATEMÁTICAS	CÁLCULO				
	ESTADÍSTICA				
HISTORIA	HISTORIA DE MÉXICO				
	HISTORIA REGIONAL				
	HISTORIA DE MESOAMÉRICA				
	HISTORIA DEL ARTE				
IDIOMAS	INGLÉS				
	FRANCÉS				
	ALEMÁN				
	ITALIANO				
	JAPONÉS				
INGLÉS	COMPRENDER				
	HABLAR				
	TRADUCIR				
	ESCRIBIR				
DERECHO	FUNDAMENTOS				
	MERCANTIL				
	LABORAL				
	TURÍSTICO				
GEOGRAFÍA TURÍSTICA	UNIVERSAL				
	DE MÉXICO				
	REGIONAL				

AREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
ALIMENTOS Y BEBIDAS	OPERACIÓN DE RESTAURANTES				
	PREPARACIÓN DE ALIMENTOS				
	ANÁLISIS Y CONTROL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS				
	OPERACIÓN DE BARES				
HOTELERÍA	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE				
	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIÓN HOTELERA				
	CONGRESOS Y CONVENCIONES				
ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN				
	CONTABILIDAD				
	FINANZAS				
	RECURSOS HUMANOS				
	PLANEACIÓN				
	ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA				
	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL				
COMPUTACIÓN	PROCESADOR DE TEXTOS				
	HOJA DE CÁLCULO				
	DISEÑO GRÁFICO				
	WINDOWS				
	INTERNET				
COMERCIALIZACIÓN	PROGRAMACIÓN				
	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
	DISEÑO DE PRODUCTOS				
	VENTAS				
	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
EMPRESAS DE VIAJES	COMERCIO INTERNACIONAL				
	AGENCIAS DE VIAJES				
	EMPRESAS DE TRANSPORTE				
	EMPRESAS NÁUTICAS				
	TRANSPORTE AÉREO				
	TRANSPORTE TERRESTRE				

AREA DE CONOCIMIENTO	MATERIA	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	IMPORTANCIA SECUNDARIA	INNECESARIA
TURISMO	TEORÍA DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN				
	TURISMO Y MEDIO AMBIENTE				
	TURISMO SOCIAL				
	NUEVAS MODALIDADES DEL TURISMO				
INVESTIGACIÓN	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN				
	REDACCIÓN				
ECONOMÍA	MICROECONOMÍA				
	MACROECONOMÍA				
	DESARROLLO REGIONAL				
	PROBLEMAS ECONÓMICOS DE MÉXICO				
DIVERSAS	RELACIONES HUMANAS				
	RELACIONES PÚBLICAS				
	CULTURA DE CALIDAD				
	PRIMEROS AUXILIOS				
	OPERACIONES TURÍSTICAS				
	EVENTOS ESPECIALES				
	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS				
	SERVICIO A CLIENTES				

ALGUNAS OTRAS ASIGNATURAS O MATERIAS QUE USTED CONSIDERE IMPORTANTE INCORPORAR EN EL PLAN DE ESTUDIOS: _____

12.- ¿QUÉ RECOMENDACIÓN HARÍA USTED A UNA INSTITUCIÓN DEDICADA A FORMAR PROFESIONALES EN SERVICIOS TURÍSTICOS?: _____

13.- ¿QUÉ OPINA USTED DE LA MODALIDAD DE TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN SERVICIOS TURÍSTICOS CON INGLÉS Y FRANCÉS EN 4 SEMESTRES, COMPLEMENTADA CON LA POSIBILIDAD DE CULMINAR LOS ESTUDIOS A NIVEL LICENCIATURA EN 8 O 9 SEMESTRES? _____

14.- ¿EN LA ACTUALIDAD CUÁLES CREE USTED QUE SON LAS EXPECTATIVAS DE LOS EGRESADOS DE ESTAS CARRERAS EN EL MERCADO LABORAL? _____

ANEXO B:

PERSONAS QUE RESPONDIERON LAS ENCUESTAS

- 1. Directivos de empresas turísticas**
- 2. Profesionistas egresados de carreras turísticas**

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

EMPRESAS ENCUESTADAS

MUNICIPIO DE MANZANILLO

HOTELES

CSC	Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
1	1	Hotel Fiesta Mexicana	Blvd. Miguel de la Madrid Km 5.8	333 3 21 30	Rómulo Ramírez Rivera	Gerente General
2	2	Condominios Arcoiris	Blvd. Miguel de la Madrid Km. 9.5	333 3 01 68	Bertha L. Díaz de Sandi	Gerente General
3	3	Hotel Marbella	Blvd. Miguel de la Madrid Km 9.5	333 3 11 02	Claudia Ramos	Cajera
4	4	Bungalows Santa Cecilia	Blvd. Miguel de la Madrid Km. 8.5	333 3 15 76	C.P. Mario Guerrero	Gerente General
5	5	Hotel Grand Bay	Isla Navidad	335 5 50 50	Lic. Eduardo Juárez Romero	Gerente de Personal
6	6	Hotel Star de Manzanillo	Lázaro Cárdenas # 1313	333 32560	C.P. Rosaura Ramírez Luviano	Propietaria
7	7	Hotel Las Brisas	Ave. Lázaro Cárdenas # 1243	333 3 27 16	Sr. Gabriel Díaz	Administrador
8	8	Suites New York	Ave. Lázaro Cárdenas # 1316	333 3 25 28	Sr. Manuel Salcido	Propietario
9	9	Departamentos Playa Azul	Ave. Lázaro Cárdenas # 1321	333 3 27 12	Leticia A. Ruíz	Gte. Administrativo
10	10	Hoteles Vista, S.A. de C.V.	Km. 15.5 Carr. Manzanillo-Cihuatlán	333 3 25 47	Diego E. Manzo Delgado	Gte. Rec. Humanos
11	11	Hotel Sierra Manzanillo	Ave. La Audiencia # 1, Península Santiago	333 3 20 00	Lic. Rafael López	Jefe de Capacitación
12	12	Club Maeva Manzanillo, S.A. de C.V.	Km. 12.5 Carr. Manzanillo-Barra de Navidad	333 5 09 95	Julio César Sosa Luna	Sub-Gte. Ejecutiva
13	13	Hotel Villas La Audiencia	Ave. La Audiencia y Palmas S/N	333 4 05 48	Teresa González Báez	Contador
14	14	Departamentos Riscos La Audiencia	Los Riscos # 27, Fracc. Pen. Santiago	333 4 12 36	C.P. Ma. Xóchitl Barragán de A.	Contador
15	15	Hotel Palma Real	Ave. La Audiencia # 1, Pen. Santiago	333 5 00 00	Jaime Alerto Mendoza	Gerente General
16	16	Suites Las Palmas	Blvd. Miguel de la Madrid Km 7.5	333 3 10 10	Angelina Ramírez C.	Subgte. Recepción

RESTAURANTES

17	17	Restaurant Bar Willy's	Apdo. Postal # 413, fracc. Playa Azul	333 3 17 94	Elvira Guzmán Palomeria	Encargada admtiva.
18	18	Isla Mágica	Blvd. Miguel de la Madrid Plaza Manzanillo	333 4 03 94	Alejandro Zamora Conde	Gerente
19	19	La Reina de Tepatitlán	Blvd. Miguel de la Madrid Km. 9.5	333 4 19 67	Hilda Judith Franco Sánchez	Administradora
20	20	La Huerta I y II	Blvd. Miguel de la Madrid # 873	333 4 06 48	Sra. Alicia Vera Acevedo	Propietaria
21	21	La Cantina del Vaquero	Blvd. Miguel de la Madrid # 5010	333 4 19 69	Sr. Arturo Ballesteros	Socio
22	22	Los Bigotes de Manzanillo S.A. de C.V.	Puesta del Sol # 3 Fracc. Playa Azul	333 3 12 36	Magdalena Arias Arias	Administrador
23	23	Colima Bay Café	Blvd. Miguel de la Madrid # 921	333 3 11 50	Erick Jorgensen Gómez	Gerente
24	24	Guadalajara Grill	Ave. La Audiencia, Pza. Pacífico, Local B.	333 4 12 72	C. Arturo León Maynez	Gerente General
25	25	Hamburguesía Juanito's	Blvd. Miguel de la Madrid Hurtado Km. 14	333 31388	Sra. Esperanza García D.	Propietaria
26	26	Sushi Bar	Blvd. Miguel de la Madrid # 921	333 3 11 50	Erick Jorgensen Gómez	Gerente

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

EMPRESAS ENCUESTADAS

MUNICIPIO DE MANZANILLO

AGENCIAS DE VIAJES

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
27	27 Viajes Acuario	Plaza Manzanillo Local No. 21	333 3 12 24	Norma Rodríguez	Gerente de Ventas
28	28 Bahías Gemelas	Blvd. Miguel de la Madrid # 1556	333 3 10 00	Sra. Gabriela Sevilla Blanco	Representante
29	29 Expo-Manzanillo	Blvd. Miguel de la Madrid Hurtado Km. 14.5	333 4 07 88	Srita. Margarita Vega Guerra	Gerente General
30	30 Betanzos Manzanillo	Blvd. Miguel de la Madrid Hurtado Km. 16	333 3 09 04	Hortencia Herrera Ruelas	Gerente Regional

ARRENDADORAS DE AUTOMÓVILES

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
31	31 Auto Rentas Manzanillo, .S.A De C.V.	Blvd. Miguel de la Madrid # 1070	333 3 06 11	Roberto García Ortíz	Gerente de Ventas
32	32 Budget Rent a Car	Blvd. Miguel de la Madrid Km. 10	333 31445	María de Jesús Corona	Encargada admtiva.

AEROLÍNEAS

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
33	33 Mexicana de Aviación	Aeropuerto Internacional Playa de Oro	333 32323	Sr. Juan C. Benavides Araiza	Supervisor

CONDOMINIOS

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
34	34 Pacífico Azul	Blvd. Miguel de la Madrid	332 3 29 49	Ing. León Navarro Aguilera	Gerente General

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

EMPRESAS ENCUESTADAS

MUNICIPIO DE COLIMA

HOTELES

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
35	1 Hotel Los Candiles S.A.	Blvd. Camino Real # 399	331 2 32 12	Lic. José A. Reyes Ochoa	Gerente General
36	2 Hotel Costeño, S.A. De C.V.	Blvd. Carlos de la Madrid Béjar # 1001	331 2 19 00	Lic. María Valencia Cruz	Sub-Gerente
37	3 Hotel María Isabel	Blvd. Camino Real # 351	331 2 62 62	José Francisco Viera Barragán	Gerente General
38	4 Hotel América	Av. Morelos # 162	331 4 44 24	Rogelio Rodríguez García	Director
39	5 Hotel Ceballos	Portal Medellin # 12	331 2 44 44	C.P. Raúl Cortés Brizuela	Gerente General

RESTAURANTES

40	6 La Troje	Carlos de la Madrid #469	331 30190	Lic. Carlos Ahumada Viveros	Gerente
41	7 Operadora VIPS, S.A. de C.V.	Ave. Pedro A. Galván Norte # 120	331 32238	Héctor Antonio Ortiz Vargas	Gerente
42	8 Amarelo	Blvd. Camino Real # 865	331 44812	Sr. Jorge Cabrera Ramos	Gerente
43	9 Restaurant Crottos' Grill	Calz. Pedro A. Galván Sur # 207	331 4 94 94	Sra. Beatriz de la Madrid V.	Gerente General
44	10 Restaurant Los Naranjos	Gabino Barreda # 34	331 2 73 16	Jorge de la Torre Escobosa	Director
45	11 El Tejado	Ave. Camino Real # 990	331 48828	Francisco Martín del Campo H.	Propietario
46	12 Los Naranjos Campestre	Av. Constitución # 750	331 2 83 90	Rafael de la Torre Escobosa	Gerente
47	13 Benedetti's Pizza	Av. Felipe Sevilla del Río # 132	331 4 96 80	Dr. Felipe Baeza	Director
48	14 El Charco de la Higuera	Jardin de San José S/N	331 3 01 92	Ma. Candelaria García	Gerente
49	15 La Casita	Av. Felipe Sevilla del Río # 490	331 2 31 31	Ing. Ramón del Toro Velasco	Propietario
50	16 Restaurant Bar Atrium	Av. Felipe Sevilla del Río # 574	331 3 04 77	Carlos Preciado Alcaraz	Propietario
51	17 El Atracadero	Niños Héroes # 1312	331 48988	Esteban Avila Cervantes	Gerente

AGENCIAS DE VIAJES

52	18 Viajes Tlaloc	Av. Rey Colimán # 390	331 2 40 60	Lic. Arcelia Sosa de Abdalá	Gerente
53	19 Mexicana, S.A. de C.V.	Av. Felipe Sevilla del Río # 136	331 3 50 01	Alma Miriam Alcaraz Amador	Reserv. y ventas
54	20 Viajes Prestigio	Andador Constitución # 43-B	331 3 10 11	José Hugo Valdovinos Salazar	Director General
55	21 Viajes Vamos a ...	Independencia # 51	332 2 77 77	Dora L. Santillán Méndez	Encarg. Suc. Colima
56	22 AVITESA	Andador Constitución # 43-A	331 2 69 80	Erasmus Esparza Corral	Sub-director

AEROLÍNEAS

57	23 Aerocalifornia, S.A. de C.V.	Av. San Fernando # 533-1	331 4 48 50	Sr. Gabriel Zaliv Aquique	Gte. Distr.de Ventas
----	---------------------------------	--------------------------	-------------	---------------------------	----------------------

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

EMPRESAS ENCUESTADAS

MUNICIPIO DE TECOMÁN

HOTELES

Nº	NOMBRE DE LA EMPRESA	DOMICILIO	TELÉFONO	PERSONA QUE RESPONDIÓ	PUESTO
58	1 Real Hotel	Av. Insurgentes y M. Gudiño S/N	332 4 01 00	Adriana Díaz de Félix	Gerente
59	2 Hotel Paraíso	Ave. De la Juventud S/N, El Paraíso	332 7 18 25	Ruth Mireya Figueroa Galván	Recepcionista
60	3 Hotel Gran Fénix	Javier Mina # 429	333 4 27 91	Margarita Palomino de Castillo	Gerente
61	4 Hotel Plaza	Ave. Insurgentes # 502	333 4 27 68	Ismael Jiménez García	Gerente

RESTAURANTES

62	5 Restaurant Campestre Caminero	Autopista Colima-Manzanillo Km. 42.5	332 4 43 43	Alfredo Moreno Meza	Administrador
63	6 Pacífico Azul	Dom. Conocido El Real		Cuitlahuac Chávez Mendoza	Propietario

MUNICIPIO DE COMALA

RESTAURANTES

64	1 Restaurant Bar Comala	Portal Progreso # 7	331 5 55 95	Héctor González Sánchez	Administrador
65	2 Rancho Comala Bucaramanga	Prol. V. Carranza S/N	331 5 51 04	Felipe Díaz Cortez	Gte. Administrativo
66	3 Fundador	Progreso # 5	331 5 58 88	Lic. Enrique Salazar Anguiano	Gerente General
67	4 Los Portales de Suchitlán	Galeana # 10 (Suchitlán)	339 5 44 52,	Ofelia Elizondó de Virgen	Propietaria

MUNICIPIO DE ARMERÍA

HOTELES

68	1 Hotel México	Nezahualcóyotl # 31	332 2 12 14	Acela Pinto Aguilar	Propietaria
----	----------------	---------------------	-------------	---------------------	-------------

MUNICIPIO DE VILLA DE ALVAREZ

AGENCIAS DE VIAJES

69	1 Agencia de Viajes ZARIVIZ TUR	Av. Manuel Alvarez # 135	331 4 54 54	P.A. Santiago Rivera López	Gerente
----	---------------------------------	--------------------------	-------------	----------------------------	---------

MUNICIPIO DE CUAUHTEMOC

AGENCIAS DE VIAJES

70	1 Super Viajes Larios	Libertad # 10	332 8 02 32	Martina Larios	Socia
----	-----------------------	---------------	-------------	----------------	-------

**INVESTIGACIÓN PARA DETERMINAR LA PERTINENCIA DE LA CARRERA
DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
RELACIÓN DE EGRESADOS DE CARRERAS TURÍSTICAS ENCUESTADOS
EGRESADOS DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE COLIMA**

No.	N O M B R E	INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA	P U E S T O	CARRERA	NIVEL
1	Aarón Verjan Contreras	Instituto Tecnológico de Colima	Jefe del Depto. de Act. Extraescolares	L.A.E.T.	Licenciatura
2	Alma Miriam Alcaraz Amador	Viajes Mexicana, S. A. de C.V.	Encargada de reservaciones	L.A.E.T.	Licenciatura
3	Lilia Lorena Carrillo Rivera	Viajes Hectours	Grupos y convenciones (ventas)	L.A.E.T.	Licenciatura
4	Yadira Fuentes González	Aeromar	Agente de servicio al pasajero	L.A.E.T.	Licenciatura
5	Gilberto René Martínez Bonilla	Instituto Tecnológico de Colima	Coordinador de Carrera	L.A.E.T.	Licenciatura
6	Nancy Azucena Jiménez Ochoa	Escuela de Lenguas, U de C	Secretaría	L.A.E.T.	Licenciatura
7	Blanca Amalia Garza Doria	Hotel María Isabel	Relaciones públicas y ventas	L.A.E.T.	Licenciatura
8	Lilia Rodríguez Briceño	Hotel Sierra Manzanillo	Sevicio al Huésped	L.A.E.T.	Licenciatura
9	Alpha García Alcaraz	Secretaría de Turismo del Estado	Auxiliar de promoción turística	L.A.E.T.	Licenciatura
10	Leticia Zepeda Mesina	TURISSSTE Colima	Gerente de Sub-agencia	L.A.E.T.	Licenciatura
11	Georgina Viveros Ocampo	Secretaría de Turismo del Estado	Jefe del Depto. de Relaciones Públicas	L.A.E.T.	Licenciatura
12	Marisa Solorio Hernández	Viajes Tlaloc	Agente de viajes	L.A.E.T.	Licenciatura
13	Claudia E. Hernández Pimentel	Tramiturs, S.A. de C.V	Gerente general	L.A.E.T.	Licenciatura
14	Lorena Madrid Correa	Aerocalifornia	Supervisora de reservaciones	L.A.E.T.	Licenciatura
15	Juana Bueno Castillo	Avitesa, S.A. de C.V.	Ventas	L.A.E.T.	Licenciatura

EGRESADOS DE OTRAS INSTITUCIONES

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

16	Guillermo Miguel Díaz Zamorano	Secretaría de Turismo del Estado	Delegado en Manzanillo	Licenciatura en Turismo	Licenciatura
----	--------------------------------	----------------------------------	------------------------	-------------------------	--------------

UNIVERSIDAD DE OCCIDENTE CAMPUS MAZATLÁN

17	Claudia Jiménez Maytorena	Las Hadas Resorts, S.A. de C.V.	Gerente de Desarrollo Humano	L.A.E.T.	Licenciatura
----	---------------------------	---------------------------------	------------------------------	----------	--------------

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO

18	Alvaro Lozano Vela	Instituto Tecnológico de Colima	Jefe del Depto. de Rec. Mat. y Servicios	Licenciatura en Turismo	Licenciatura
----	--------------------	---------------------------------	--	-------------------------	--------------

CBTIS 19

19	Héctor Manuel Martínez Ramírez	Hotel María Isabel	Gerente Alimentos y Bebidas	Técnico en Turismo	Técnico
20	Edith Amezcua González	Viajes Tlaloc	Agente de viajes	Técnico en Turismo	Técnico

ANEXO C:

INTEGRANTES DEL COMITÉ CURRICULAR

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS

PROGRAMA DE TRABAJO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

NOMBRE	OCCUPACION	INSTITUCION	DOMICILIO	TELEFONO Y FAX	PUESTO EN COMITE
LIC. GRISELDA PATRICIA CEBALLOS LI FRENAS	DIRECTORA DEL PLANTEL	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	AVE. JOSEFA O. DE DOMÍNGUEZ # 64, VILLA DE ALVAREZ, COL.	331 - 12501	DIRECTORA DE LA ELEX
CARLOS MARIO AMAYA MOLINAR	ACADÉMICO	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	AVE. JOSEFA O. DE DOMÍNGUEZ # 64, VILLA DE ALVAREZ, COL.	331 - 12501	COORDINADOR ACADÉMICO
LIC. EDUARDO JUAREZ ROMERO	GERENTE DE CAPACITACION	HOTEL GRAND BAY	ISLA NAVIDAD	(335) 5 50 50 (335) 5 60 71	REPRESENTANTE HOTELES
LIC. JULIO CESAR SOSA LUNA	SUBGERENTE EJECUTIVO	CLUB MAEVA	KM. 12.5 CARRETERA MANZANILLO -B. DE NAVIDAD	(333) 5 05 95 (333) 5 03 95	REPRESENTANTE HOTELES
SRA. GABRIELA SEVILLA BLANCO	GERENTE GENERAL	AGENCIA DE VIAJES BAHÍAS GEMELAS	BLVD. MIGUEL DE LA MADRID # 1556 MANZANILLO, COL.	(333) 3 10 00 (333) 3 06 49	REPRESENTANTE AGENCIAS DE VIAJES
SR. ARTURO BALLESTEROS DE LEON	SOCIO	RESTAURANT BAR LA CANTINA DEL VAQUERO	BLVD. MIGUEL DE LA MADRID # 5010, MANZANILLO, COL.	(333) 4 19 69 40129	REPRESENTANTE RESTAURANTES
SRA. ALICIA VERA ACEVEDO	PROPIETARIA	RESTAURANT LA HUERTA	BLVD. MIGUEL DE LA MADRID # 873, MANZANILLO, COL.	(333) 4 06 48	REPRESENTANTE RESTAURANTES
C.P. RAUL CORTES BRIZUELA	GERENTE GENERAL	HOTEL CEBALLOS	PROTAL MEDELLIN # 12 COLIMA, COL.	2 44 44 2 06 45	REPRESENTANTE HOTELES
LIC. JOSE CARLOS AHUMADA VIVEROS	GERENTE GENERAL	RESTAURANT LA TROJE	BLVD. CARLOS DE LA MADRID # 469, COLIMA, COL.	3 01 90 3 01 90	REPRESENTANTE RESTAURANTES
SRA. MARIA CANDELARIA GARCIA	GERENTE	RESTAURANTE EL CHARCO DE LA HIGUERA	JARDIN DE SAN JOSE S/N COLIMA, COL.	3 01 92	REPRESENTANTE RESTAURANTES
LAET. LETICIA ZEPEDA MESINA	GERENTE	AGENCIA DE VIAJES TURISSSTE	AND. CONTITUCION # 25 COLIMA, COL.	4 35 93, 4 35 92 4 81 17	REPRESENTANTE AGENCIAS DE VIAJES
LAET. CLAUDIA EDITH HERNANDEZ DE OCHOA	GERENTE GENERAL	AGENCIA DE VIAJES TRAMITUR	AV. FELIPE SEVILLA DEL RIO # 452 LOCAL 3, COLIMA, COL.	2 92 92 2 93 33	REPRESENTANTE AGENCIAS DE VIAJES
LAET. BLANCA AMALIA GARZA DORIA	RELACIONES PUBLICAS Y VENTAS	HOTEL MARÍA ISABEL	BLVD. CAMINO REAL # 351 COLIMA, COL.	2 62 62 2 64 64	REPRESENTANTE PROFESIONISTAS

 = NO ASISTIERON

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS

PROGRAMA DE TRABAJO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

NOMBRE	OCUPACION	INSTITUCION	DOMICILIO	TELEFONO Y FAX	PUESTO EN COMITÉ
LIC. CARMEN SILVIA CASTAÑEDA CAMPOS	SUPERVISORA ACADEMICA	DIR. GRAL DE EDUC. SUPERIOR.-U de C	AV. UNIVERSIDAD S/N COLIMA. COL.	4 30 01	REPTÉ. DIR. GRAL. EDUC. SUP., UdeC
LAET. ALPHA GARCIA ALCARAZ	AUXILIAR DE INFORMACION	SECRETARIA DE TURISMO	HIDALGO # 96 ESQ. CON OCAMPO, COLIMA. COL.	2 43 60	REPRESENTANTE PROFESIONISTAS
LIC. AARÓN VERJÁN CONTRERAS	ACADÉMICO	INST. TECNOLÓGICO DE COLIMA	AVE. TECNOLÓGICO # 1 VILLA DE ALVAREZ, COL.	331 29420 26393	ACADÉMICO EN LA MATERIA
LIC. GUILLERMO MIGUEL DIAZ ZAMORANO	DELEGADO DE TURISMO	DELEGACIÓN DE TURISMO MANZANILLO	BLVD. MIGUEL DE LA MADRID # 1033, MANZANILLO, COL.	(333) 3 22 77 (333) 3 22 64	REPRESENTANTE PROFESIONISTAS
ING. BRISA SOTO RAMÍREZ	JEFE DE CAPACIT. Y CULTURA TURÍSTICA	SECRETARÍA DE TURISMO GOB. EDO. COLIMA	HIDALGO Y MELCHOR OCAMPO CENTRO, COLIMA, COL.	(331) 24360, 28360, 37205	REPRESENTANTE SRÍA. DE TURISMO, GOB. EDO.
SALVADOR BARAJAS VALENCIA	ESTUDIANTE	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	RICARDO FOLRES MAGON # 172 COLIMA, COL.	2 96 34	PDTE. DE LA SOC. DE ALUMNOS
LICDA. CLAUDIA JIMENEZ PRECIADO	MAESTRO DE INGLÉS	UNIVERSIDAD DE COLIMA CAMPUS TECOMAN	(PART.) BALBINO DAVALOS # 51 TECOMAN, COL.	(332) 4 41 09 PART. 4 52 83	REPRESENTANTE COMITÉ DE EXCELENCIA
LICDA. ROSA MARIA PELAEZ CARMONA	MAESTRO DE INGLÉS	UNIVERSIDAD DE COLIMA CAMPUS TECOMAN	JAVIER MINA # 36 INT. 4 TECOMAN, COL.	(332) 4 42 37 (332) 4 42 37	REPRESENTANTE COMITÉ DE EXCELENCIA
ANA MARCELA RAMIREZ MEZA	SECRETARIA DEL CONTRALOR	HOTEL GRAND BAY	ISLA NAVIDAD	(335) 5 50 50 (335) 5 60 71	REPRESENTANTE EGRESADOS ELEX
LUIS FELIPE MEDINA ALVAREZ	MAESTRO DE INGLÉS	CENBI	(PART.) ESTEBAN GARCIA # 23 V. CARRANZA # 563	(PART.) 2 53 97 3 14 00	REPRESENTANTE EGRESADOS ELEX
LUISA ADRIANA CASTILLO ZUÑIGA	ESTUDIANTE	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	(PART.) PADRE HIDALGO # 132 MANZANILLO, COL.	(PART.) 2 05 87	REPRESENTANTE ALUMNOS
SECUNDINO ISABELÉS FLORES	ESTUDIANTE	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	PAUL P. HARRIS # 47 COLIMA, COL.	4 78 54 4 8351	REPRESENTANTE ALUMNOS
PROFR. IGNACIO CERVANTES CAMPOS	ACADÉMICO	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	KM. 5 CARR. COLIMA-COMALA "PUERTA VIEJA" APDO. POSTAL 20	(PART.) 5 51 96 1 25 01	MAESTRO DE TIEMPO COMPLETO
PROFRA. ANGELICA A. ESPINOZA CORIA	ACADÉMICO	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	RAMON LOPEZ VELARDE # 253 COLIMA, COL.	(PART.) 2 02 73 1 25 01	MAESTRO DE TIEMPO COMPLETO
PROFR. ALEJANDRO S. TELLO MORENO	ACADÉMICO	ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS, U de C	AV. NIÑOS HEROES # 457 LOMA BONITA, V. DE ALVAREZ, COL.	CEL.(329) 2 76 60 1 25 01	MAESTRO DE TIEMPO COMPLETO

ANEXO D:

LISTADO DE ASIGNATURAS POR ORDEN DE SELECCIÓN

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

ASIGNATURAS CALIFICADAS COMO "MUY IMPORTANTES"

PRIORIZACIÓN POR EMPRESAS		PRIORIZACIÓN POR EGRESADOS	
Nº	ASIGNATURA	Nº	ASIGNATURA
1	92 INGLÉS	1	98 INGLÉS
2	87 RELACIONES PÚBLICAS	2	98 COMPRENDER INGLÉS
3	87 HABLAR INGLÉS	3	95 VENTAS
4	85 RELACIONES HUMANAS	4	95 HABLAR INGLÉS
5	81 DERECHO TURÍSTICO	5	93 INTERNET
6	81 PROMOCIÓN/PUBLICID.	6	93 GEOGRAFÍA DE MÉXICO
7	80 GEOGRAFÍA REGIONAL	7	92 GEOGRAFÍA REGIONAL
8	80 CONTABILIDAD	8	90 GEOGRAFÍA TURÍSTICA
9	79 VENTAS	9	90 RELACIONES HUMANAS
10	79 HISTORIA REGIONAL	10	90 PROBL. ECON. DE MÉXICO
11	79 COMPRENDER INGLÉS	11	88 PROMOCIÓN/PUBLICID.
12	78 RECURSOS HUMANOS	12	88 ADMON. ESTRATEGICA
13	78 CULTURA DE CALIDAD	13	88 ADMINISTRACIÓN
14	77 GEOGRAFÍA DE MÉXICO	14	87 INVESTIG DE MERCADOS
15	76 ADMINISTRACIÓN	15	87 HISTORIA REGIONAL
16	74 SERVICIO DE ALIM. Y BEB.	16	87 HISTORIA DE MÉXICO
17	72 OPER. TURÍSTICAS	17	85 WINDOWS
18	71 TURISMO SOCIAL	18	85 GEOGRAFIA UNIVERSAL

PRIORIZACIÓN PUNTAJE PROMEDIO	
Nº	ASIGNATURA
1	95 INGLÉS
2	91 HABLAR INGLÉS
3	89 COMPRENDER INGLÉS
4	88 RELACIONES HUMANAS
5	87 VENTAS
6	86 GEOGRAFÍA REGIONAL
7	86 DERECHO TURÍSTICO
8	85 RELACIONES PÚBLICAS
9	85 PROMOCIÓN/PUBLICID.
10	85 GEOGRAFÍA DE MÉXICO
11	83 HISTORIA REGIONAL
12	82 RECURSOS HUMANOS
13	82 ADMINISTRACIÓN
14	81 CULTURA DE CALIDAD
15	80 CONTABILIDAD
16	79 INTERNET
17	78 PLANEACION
18	77 NUEVAS MODALIDADES TURIST.

PRIORIZACIÓN POR GIRO DE EMPRESA		
Nº	ASIGNATURA EVALUADA	GIRO
1	95 SERVICIO DE ALIM. Y BEB.	A Y B
2	89 TRANSPORTE AÉREO	AV
3	89 TRANSP. TERRESTRE	AV
4	89 CONTROL DE ALIM. Y BEB.	AYB
5	87 OPER. DE RESTAURANTES	AYB
6	86 PREPAR. DE ALIMENTOS	AYB
7	86 OPERACIÓN DE BARES	AYB
8	85 ADMON. OPER. HOTELERA	HOT
9	79 AGENCIAS DE VIAJES	AV
10	74 TECNOLOGÍA HOSPEDAJE	HOT
11	70 EMPR. DE TRANSPOR.	AV
12	67 EMPRESAS NAÚTICAS	AV
13	63 CONGRESOS Y CONVENC.	HOT

Fuente: Investigación directa

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

ASIGNATURAS CALIFICADAS COMO "IMPORTANTES"

PRIORIZACIÓN POR EMPRESAS		PRIORIZACIÓN POR EGRESADOS	
Nº	ASIGNATURA	Nº	ASIGNATURA
19	70 TURISMO Y ECOLOGIA	19	85 RECURSOS HUMANOS
20	70 TRADUCIR INGLÉS	20	85 PLANEACIÓN
21	70 PLANEACIÓN	21	85 NUEVAS MODALIDADES TUR.
22	70 OPER. DE RESTAURANTES	22	85 CONGRESOS Y CONVENC.
23	69 PRIMEROS AUXILIOS	23	85 AGENCIAS DE VIAJES
24	69 CONTROL DE ALIM. Y BEB.	24	83 COMPORT. ORGANIZACIÓN.
25	68 NUEVAS MODALIDADES TURIST.	25	83 TECNOLOGÍA HOSPEDAJE
26	67 PREPAR. DE ALIMENTOS	26	83 RELACIONES PÚBLICAS
27	65 WINDOWS	27	83 CULTURA DE CALIDAD
28	65 TURISMO Y RECREACIÓN	28	81 TRANSPORTE AÉREO
29	65 INTERNET	29	81 TRADUCIR INGLÉS
30	64 COMPORT ORGANIZACIONAL	30	80 TURISMO Y RECREACIÓN
31	64 OPERACIÓN DE BARÉS	31	80 OPER. DE RESTAURANTES
32	64 EVENTOS ESPECIALES	32	80 CONTABILIDAD
33	62 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	33	78 TRANSP. TERRESTRE
34	62 HISTORIA DE MÉXICO	34	78 OPERACIÓN DE BARES
35	62 FINANZAS	35	78 EMPRESAS NAÚTICAS

PRIORIZACIÓN PUNTAJE PROMEDIO	
Nº	ASIGNATURA
19	76 TRADUCIR INGLÉS
20	75 WINDOWS
21	75 OPER. DE RESTAURANTES
22	75 INV. MERCADOS
23	75 HISTORIA DE MÉXICO
24	75 ADMON. ESTRATEGICA
25	74 OPER. TURISTICAS
26	74 COMPORTAM. ORGANIZACION.
27	73 TURISMO Y RECREACIÓN
28	73 TURISMO Y ECOLOGÍA
29	72 TURISMO SOCIAL
30	72 SERVICIO DE ALIM. Y BEB.
31	71 OPERACIÓN DE BARES
32	71 CONTROL DE ALIM. Y BEB.
33	70 TRANSPORTE AÉREO
34	70 TECNOLOGIA HOSPEDAJE
35	70 FINANZAS

Fuente: Investigación directa

INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

ASIGNATURAS CONSIDERADAS DE "IMPORTANCIA SECUNDARIA"

PRIORIZACIÓN POR EMPRESAS		PRIORIZACIÓN POR EGRESADOS	
Nº	ASIGNATURA	Nº	ASIGNATURA
36	61 FORM. Y EVAL DE PROY. TUR.	36	78 EMPR. DE TRANSPOR.
37	61 ADMON. OPER. HOTELERA	37	78 ADMON. OPER. HOTELERA
38	61 ADMON. ESTRATÉGICA	38	77 PROCESADORES DETEXTO
39	60 HOJA DE CÁLCULO	39	77 FINANZAS
40	60 ESCRIBIR INGLÉS	40	76 OPER. TURISTICAS
41	59 TRANSPORTE AÉREO	41	76 FORM. Y EVAL DE PROY. TUR.
42	59 TRANSPORT. TERRESTRE	42	76 ESCRIBIR INGLÉS
43	57 TECNOLOGÍA HOSPEDAJE	43	75 TURISMO Y ECOLOGÍA
44	56 FRANCÉS	44	75 HOJA DE CÁLCULO
45	54 PROCESADORES DE TEXTO	45	75 DESARROLLO REGIONAL
46	54 AGENCIAS DE VIAJES	46	73 TURISMO SOCIAL
47	53 DERECHO LABORAL	47	73 CONTROL DE ALIM. Y BEB.
48	52 REDACCIÓN	48	70 SERVICIO DE ALIM. Y BEB.
49	52 ESTADÍSTICA	49	70 REDACCIÓN
50	51 EMPR. DE TRANSPOR.	50	70 DERECHO LABORAL
51	51 DISEÑO DE PRODUCTO	51	70 FRANCÉS
52	51 CONGRESOS Y CONVENC.	52	70 DISEÑO GRAFICO

PRIORIZACIÓN PUNTAJE PROMEDIO	
Nº	ASIGNATURA
36	70 AGENCIAS DE VIAJES
37	70 ADMON. OPER. HOTELERA
38	69 TRANSP. TERRESTRE
39	69 FORM. Y EVAL DE PROY. TUR.
40	68 PROBL. ECON. DE MÉXICO
41	68 HOJA DE CALCULO
42	68 ESCRIBIR
43	68 CONGRESOS Y CONVENC.
44	66 PROCESADORES DE TEXTO
45	66 GEOGRAFÍA UNIVERSAL
46	65 PRIMEROS AUXILIOS
47	65 PREPAR. DE ALIMENTOS
48	65 EVENTOS ESPECIALES
49	65 EMPRESAS DE TRANSPOR.
50	63 FRANCÉS
51	62 DESARROLLO REGIONAL
52	62 DERECHO LABORAL

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

ASIGNATURAS CALIFICADAS COMO "INNECESARIAS"

PRIORIZACIÓN POR EMPRESAS		PRIORIZACIÓN POR EGRESADOS	
Nº	ASIGNATURA	Nº	ASIGNATURA
53	48 DESARROLLO REGIONAL	53	66 EVENTOS ESPECIALES
54	47 PROGRAMACIÓN	54	65 FUNDAMENTOS DE DERECHO
55	47 COMERCIO INTERNACIONAL	55	63 PROGRAMACIÓN
56	46 GEOGRAFÍA UNIVERSAL	56	63 DERECHO MERCANTIL
57	45 PROBL. ECON. DE MÉXICO	57	62 PREPAR. DE ALIMENTOS
58	45 MICROECONOMÍA	58	61 PRIMEROS AUXILIOS
59	45 DERECHO MERCANTIL	59	61 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVEST.
60	44 CÁLCULO	60	61 ESTADÍSTICA
61	43 MÉT. Y TEC. DE INVESTIGACIÓN	61	53 MACROECONOMÍA
62	43 DISEÑO GRÁFICO	62	53 HIST. DE MESOAMÉRICA
63	42 EMPRESAS NAÚTICAS	63	53 DISEÑO DE PRODUCTO
64	41 MACROECONOMÍA	64	53 CÁLCULO
65	37 FUNDAMENTOS DE DERECHO	65	52 MICROECONOMÍA
66	36 HISTORIA DEL ARTE	66	50 COMERCIO INTERNACIONAL
67	34 HIST. DE MESOAMÉRICA	67	48 HISTORIA DEL ARTE
68	24 ALEMÁN	68	43 ALEMÁN
69	22 ITALIANO	69	41 JAPONÉS
70	20 JAPONÉS	70	41 ITALIANO

PRIORIZACIÓN PUNTAJE PROMEDIO	
Nº	ASIGNATURA
53	61 REDACCIÓN
54	60 EMPRESAS NAÚTICAS
55	57 ESTADÍSTICA
56	57 DISEÑO GRÁFICO
57	55 PROGRAMACIÓN
58	54 DERECHO MERCANTIL
59	52 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIG.
60	52 DISEÑO DE PRODUCTO
61	51 FUNDAMENTOS DE DERECHO
62	49 MICROECONOMÍA
63	49 COMERCIO INTERNACIONAL
64	49 CÁLCULO
65	47 MACROECONOMÍA
66	44 HISTORIA DE MESOAMÉRICA
67	42 HISTORIA DEL ARTE
68	34 ALEMÁN
69	32 ITALIANO
70	31 JAPONÉS

Fuente: Investigación directa

ANEXO E:

MODIFICACIONES AL MAPA CURRICULAR

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURISTICOS
MAPA CURRICULAR "A"

ÁREAS DE FORMACIÓN								
SEMESTRE	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS
1º	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I	COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I
2º	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II		HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II
3º		CONTABILIDAD			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III
4º		COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS			AGENCIAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS III	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV

UNIVERSIDAD DE COLIMA
ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
MAPA CURRICULAR "B"

ÁREAS DE FORMACIÓN									
SEMESTRE	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS
1º	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I		COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I
2º	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II			HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II
3º			COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS I			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III
4º		CONTABILIDAD	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS II			AGENCIAS DE VIAJES		TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV

UNIVERSIDAD DE COLIMA
 ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
 PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
 MAPA CURRICULAR "C"

ÁREAS DE FORMACIÓN										
SEM	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS	
1º	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I		COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I	FRANCÉS I
2º	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II			HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II	FRANCÉS II
3º			COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS I			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III	FRANCÉS III
4º		CONTABILIDAD	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS II			AGENCIAS DE VIAJES		TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV	FRANCÉS IV

UNIVERSIDAD DE COLIMA
 ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
 PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

MAPA CURRICULAR "D"

ÁREAS DE FORMACIÓN									
SEM	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS
1°	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I		COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I FRANCÉS I
2°	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II			HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II FRANCÉS II
3°			COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS I			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III FRANCÉS III
4°		CONTABILIDAD	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS II			AGENCIAS DE VIAJES		TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV FRANCÉS IV
5°	ESTANCIA								

UNIVERSIDAD DE COLIMA
 ESCUELA DE LENGUAS EXTRANJERAS
 PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

MAPA CURRICULAR

ÁREAS DE FORMACIÓN										
SEM	TEORÍA DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	COMPUTACIÓN	CONOCIMIENTO DEL MEDIO	EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE	IDIOMAS	
1º	TEORÍA GENERAL DEL TURISMO Y LA RECREACIÓN	ADMINISTRACIÓN I		COMPUTACIÓN	GEOGRAFÍA TURÍSTICA				INGLÉS I	FRANCÉS I
2º	TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO	ADMINISTRACIÓN II			HISTORIA DE MÉXICO Y DE COLIMA		ALIMENTOS Y BEBIDAS I		INGLÉS II	FRANCÉS II
3º			COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS I			EMPRESAS DE VIAJES	ALIMENTOS Y BEBIDAS II	TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE I	INGLÉS III	FRANCÉS III
4º		CONTABILIDAD	COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS II			AGENCIAS DE VIAJES		TECNOLOGÍA DEL HOSPEDAJE II	INGLÉS IV	FRANCÉS IV

ANEXO F:

CUADROS Y GRÁFICAS DIVERSOS

MAPA DEL ESTADO DE COLIMA



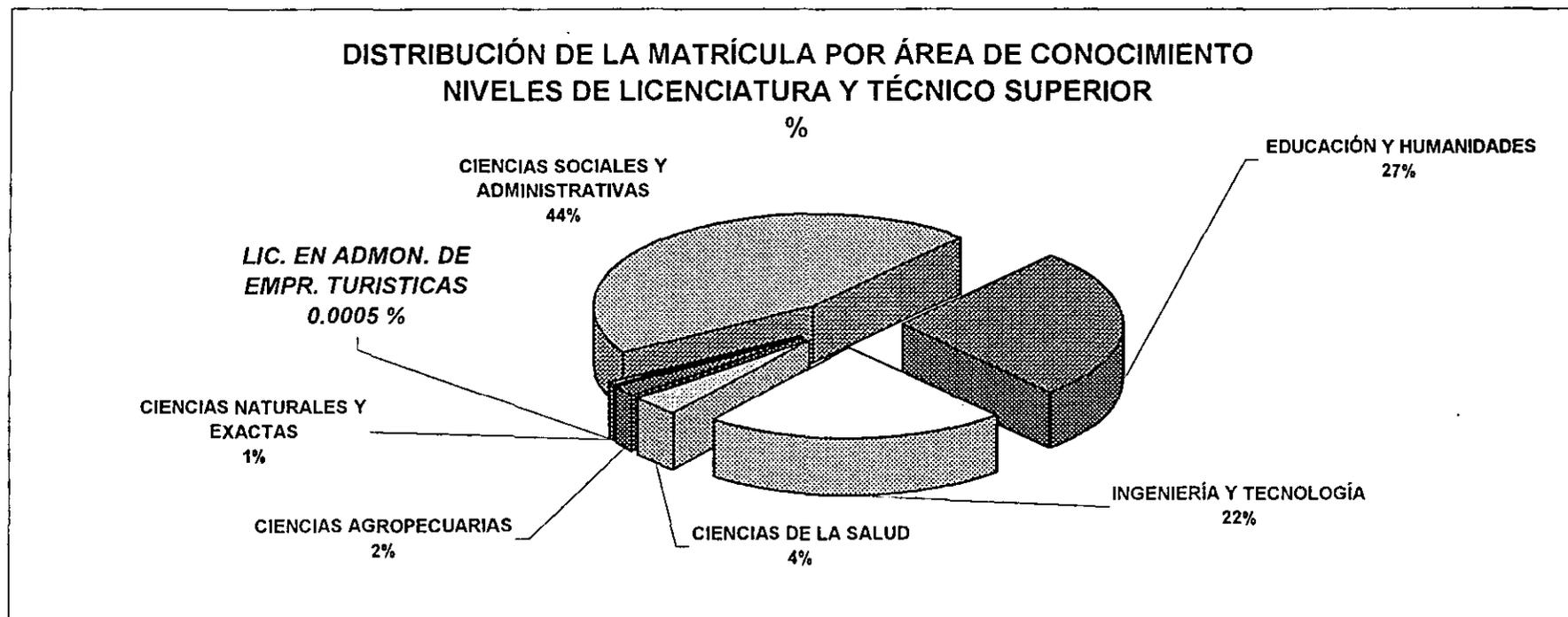
FUENTE: INEGI, <http://www.inegi.gov.mx>

EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL ESTADO DE COLIMA

DISTRIBUCIÓN DE LA MATRÍCULA ENTRE LAS DIVERSAS ÁREAS DE CONOCIMIENTO

INICIO DE CURSOS 1997 - 1998

Nº	AREA DE CONOCIMIENTO	INSTITUCIONES	ESCUELAS	CARRERAS	ALUMNOS	AÑO ANTERIOR	
						EGR.	TIT.
1	CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS	5	13	14	5062	651	329
2	CIENCIAS NATURALES Y EXACTAS	1	2	5	71	7	2
3	EDUCACIÓN Y HUMANIDADES	4	8	18	2990	259	197
4	INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA	4	8	20	2489	248	157
5	CIENCIAS DE LA SALUD	1	2	2	415	62	81
6	CIENCIAS AGROPECUARIAS	2	2	2	194	16	8
	LIC. EN ADMON. DE EMPR. TURISTICAS	1	1	1	5	27	23
	TOTAL:				11221	1243	774



INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
EJEMPLIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO SEGUIDO PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN RELATIVA
A LA VALORACIÓN DE LAS ASIGNATURAS QUE SE CONSIDERA CONVENIENTE INCLUIR EN EL PLAN DE ESTUDIOS
CASO EMPRESAS

CUADRO DE CONCENTRACIÓN DE SELECCIÓN DE MATERIAS POR PARTE DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PUNTAJE POR CALIFICACIÓN: MI=3 I=2 IS=1 IN=0 NC=0

PUNTAJE POR MATERIA: PUNTOS ACUMULADOS/210 (210=MÁXIMO PUNTAJE POSIBLE POR MATERIA=3 PUNTOS POR MATERIA POR 70 EMPRESAS)

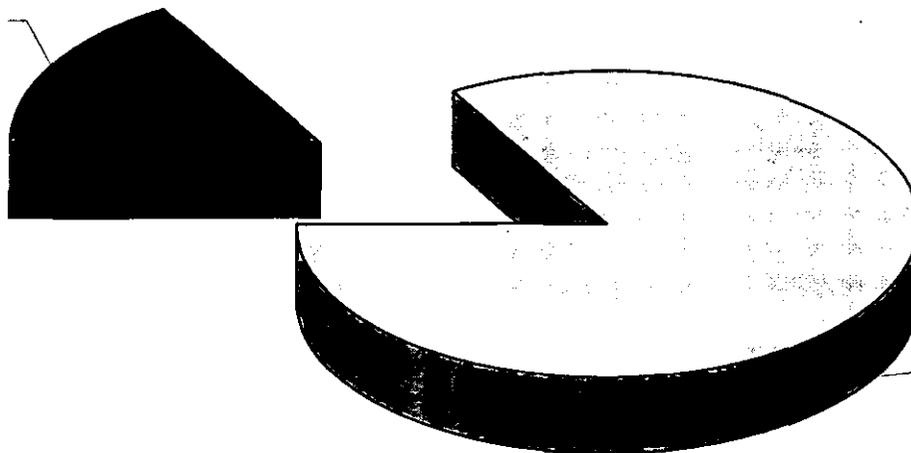
MATERIA	MUY IMPORTANTE			IMPORTANTE			IMPORT. SECUN.			INNECESARIA			NO CONTESTÓ			TOTAL PTOS.	PUNTAJE FINAL
	CANT	%	PTOS	CANT	%	PTOS	CANT	%	PTOS	CANT	%	PTOS	CANT	%	PTOS		
ADMINISTRACIÓN	36	51	108	25	36	50	2	3	2	0	0	0	0	0	0	160	76
CONTABILIDAD	34	49	102	30	43	60	5	7	5	0	0	0	1	1	0	167	80
FINANZAS	27	39	81	19	27	38	11	16	11	1	1	0	12	17	0	130	62
RECURSOS HUMANOS	38	54	114	23	33	46	4	6	4	0	0	0	5	7	0	164	78
PLANEACIÓN	33	47	99	21	30	42	6	9	6	0	0	0	10	14	0	147	70
ADMON. ESTRATEGICA	27	39	81	22	31	44	4	6	4	4	6	0	12	17	0	129	61
COMP. ORGANIZACIÓN.	28	40	84	24	34	48	3	4	3	2	3	0	13	19	0	135	64
PROC. TEXTO	21	30	63	22	31	44	7	10	7	4	6	0	16	23	0	114	54
HOJA DE CÁLCULO	24	34	72	24	34	48	6	9	6	4	6	0	12	17	0	126	60
DISEÑO GRÁFICO	10	14	30	22	31	44	16	23	16	7	10	0	15	21	0	90	43
WINDOWS	26	37	78	27	39	54	5	7	5	3	4	0	9	13	0	137	65
INTERNET	31	44	93	19	27	38	5	7	5	6	9	0	9	13	0	136	65
PROGRAMACIÓN	15	21	45	21	30	42	12	17	12	9	13	0	13	19	0	99	47
INV. MERCADOS	25	36	75	24	34	48	7	10	7	1	1	0	13	19	0	130	62
DISEÑO DE PRODUCTO	17	24	51	21	30	42	14	20	14	3	4	0	15	21	0	107	51
VENTAS	44	63	132	16	23	32	1	1	1	1	1	0	8	11	0	165	79
PROMOCIÓN/PUBLICID.	47	67	141	14	20	28	1	1	1	2	3	0	6	9	0	170	81
COMERCIO INTERNAC.	15	21	45	17	24	34	19	27	19	5	7	0	14	20	0	98	47
AGENCIAS DE VIAJES	25	36	75	16	23	32	7	10	7	3	4	0	19	27	0	114	54
EMPR. DE TRANSPOR.	21	30	63	17	24	34	10	14	10	2	3	0	20	29	0	107	51
EMPRESAS NAÚTICAS	14	20	42	18	26	36	10	14	10	2	3	0	21	30	0	88	42
TRANSPORTE AÉREO	27	39	81	16	23	32	11	16	11	6	9	0	21	30	0	124	59
TRANSP. TERRESTRE	24	34	72	20	29	40	11	16	11	2	3	0	13	19	0	123	59
TURISMO Y RECREACIÓN	28	40	84	24	34	48	5	7	5	1	1	0	12	17	0	137	65
TURISMO Y ECOLOGÍA	31	44	93	24	34	48	6	9	6	0	0	0	9	13	0	147	70
TURISMO SOCIAL	33	47	99	22	31	44	6	9	6	0	0	0	9	13	0	149	71
NUEVAS MODALIDADES	36	51	108	14	20	28	7	10	7	2	3	0	11	16	0	143	68
MÉTODOS Y TÉCNICAS	13	19	39	19	27	38	14	20	14	6	9	0	18	26	0	91	43
REDACCIÓN	15	21	45	29	41	58	7	10	7	4	6	0	15	21	0	110	52
MICROECONOMÍA	10	14	30	23	32	46	18	26	18	3	4	0	16	23	0	94	45

PROPORCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS ENCUESTADAS SOBRE EL TOTAL ESTATAL

MUNICIPIO	HOTELES		RESTAURANTES		DISCOTECQUES		ARRENDADORAS DE AUTOMOVILES		AGENCIAS DE VIAJES		LINEAS AEREAS		TOTAL	
	Nº	ENC	Nº	ENC	Nº	ENC	Nº	ENC	Nº	ENC	Nº	ENC	Nº	ENC
ARMERIA	31	1	6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	38	1
COLIMA	31	5	42	12	4	0	3	0	10	5	2	1	92	23
COMALA	0	0	9	4	0	0	0	0	0	0	0	0	9	4
CUAUHTEMOC	0	0	4	0	0	0	0	0	1	1	0	0	5	1
MANZANILLO	72	17	49	10	5	0	6	2	10	4	5	1	147	34
TECOMÁN	22	4	23	2	2	0	0	0	2	0	0	0	49	6
VILLA DE ALVAREZ	0	0	5	0	2	0	0	0	1	1	0	0	8	1
TOTAL	156	27	138	28	14	0	9	2	24	11	7	2	348	70

PROPORCIÓN DE EMPRESAS ENCUESTADAS

PROPORCIÓN DE
EMPRESAS
ENCUESTADAS
20 %



TOTAL DE EMPRESAS
TURÍSTICAS EN EL
ESTADO:
348

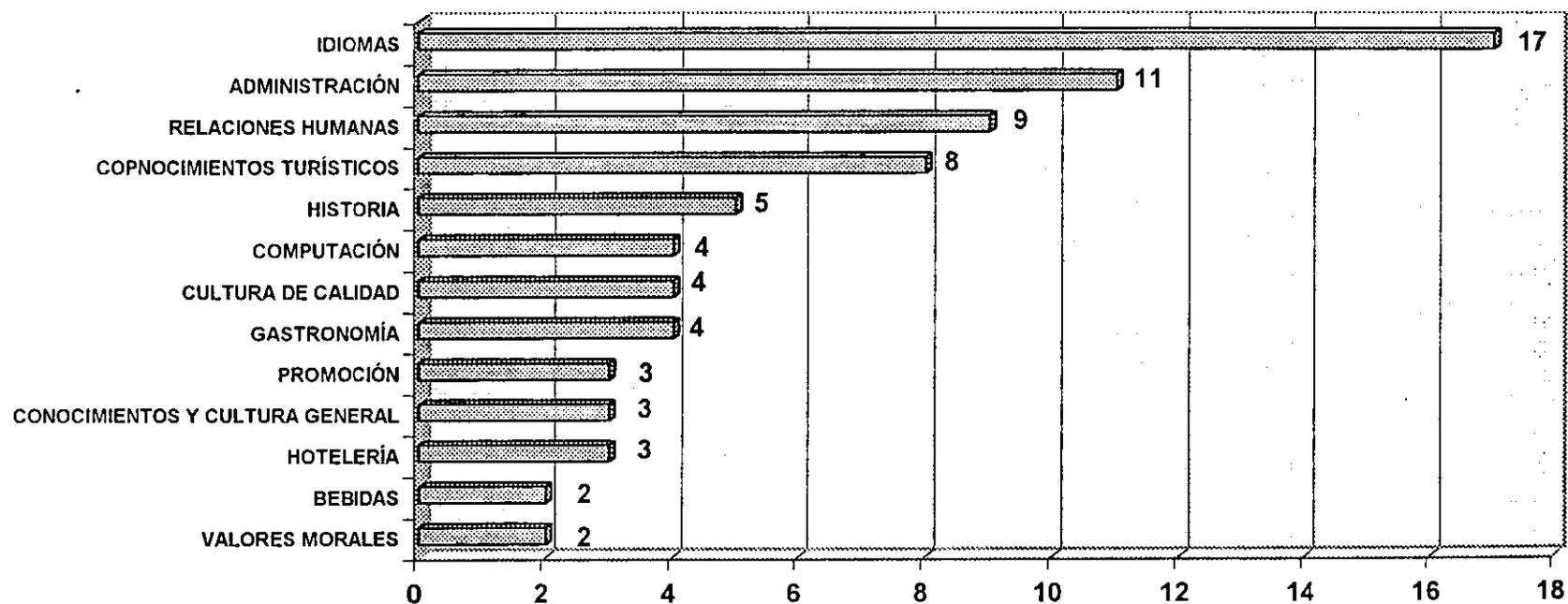
INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 8: *CARÁCTERÍSTICAS DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS*

(CONOCIMIENTOS)

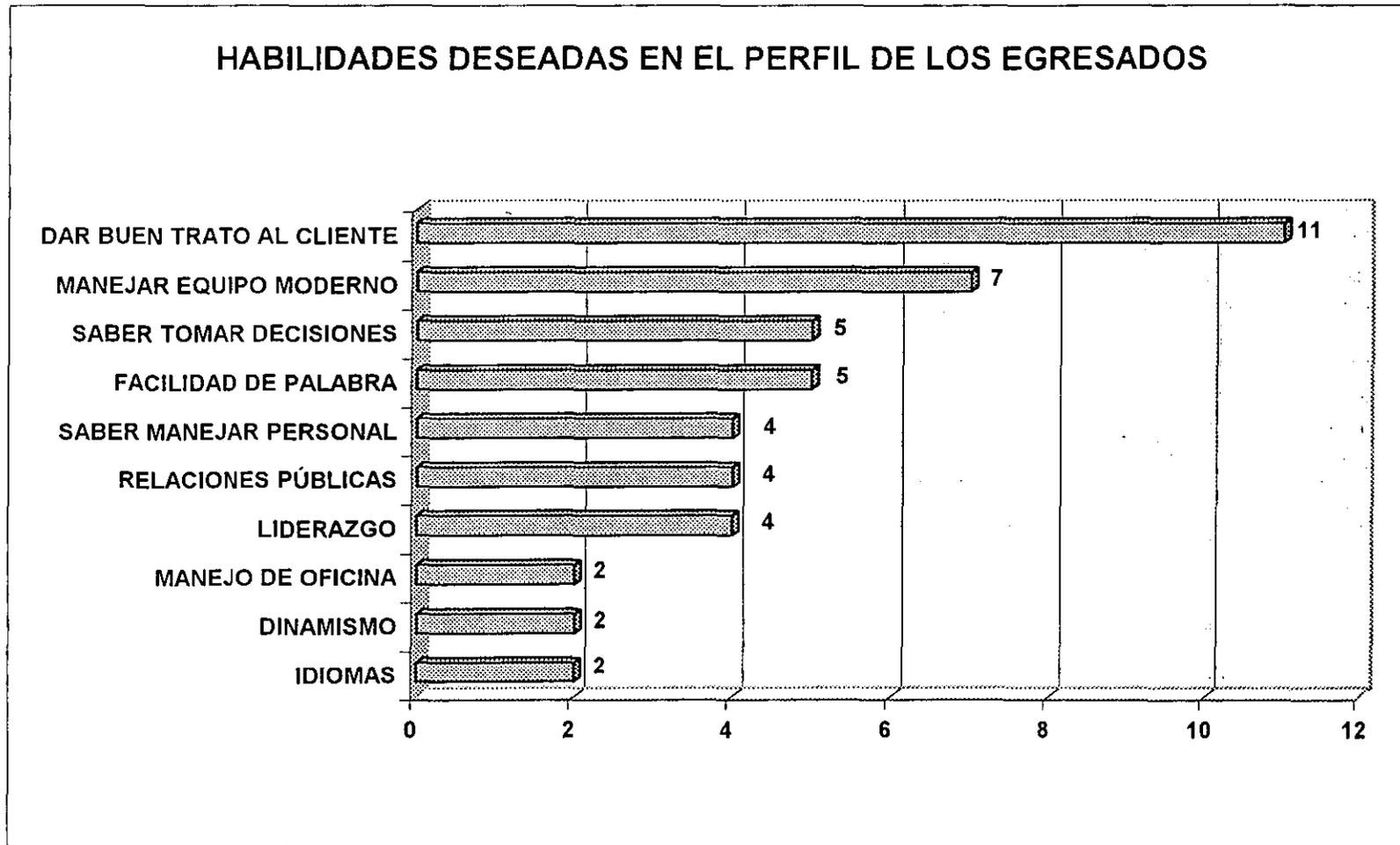
RESPUESTAS MÁS FRECUENTES



INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 8: *CARACTERÍSTICAS DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS* (HABILIDADES)



INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

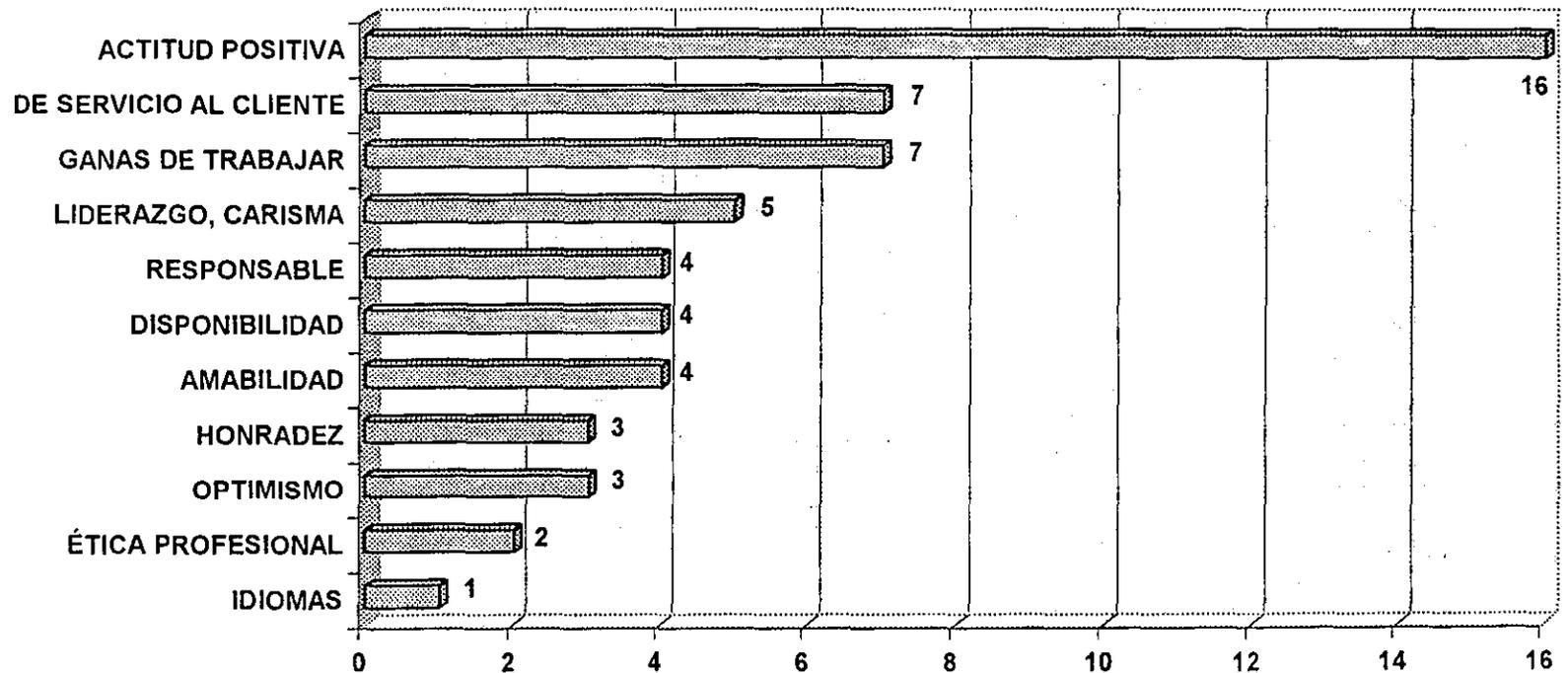
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 8:

CARACTERÍSTICAS DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS

(ACTITUDES)

ACTITUDES DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS
RESPUESTAS MÁS FRECUENTES



INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS

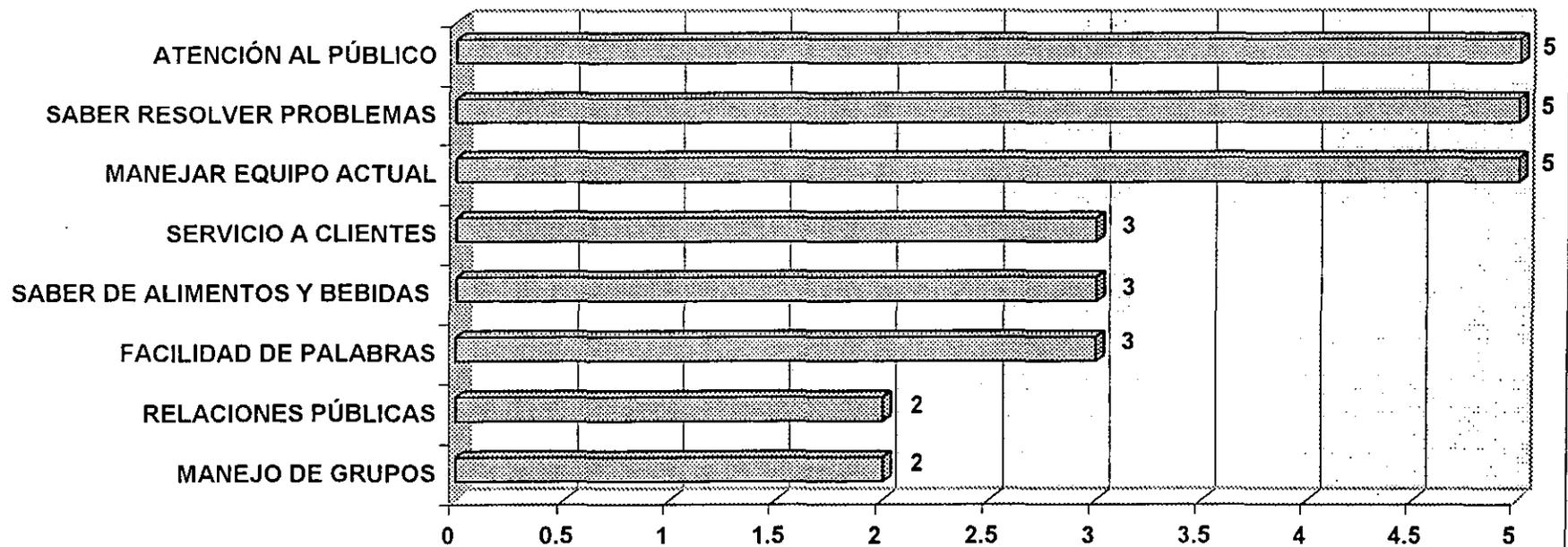
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO

PREGUNTA 8:

CARACTERÍSTICAS DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS

(DESTREZAS)

DESTREZAS DESEADAS EN EL PERFIL DE LOS EGRESADOS
RESPUESTAS MÁS FRECUENTES



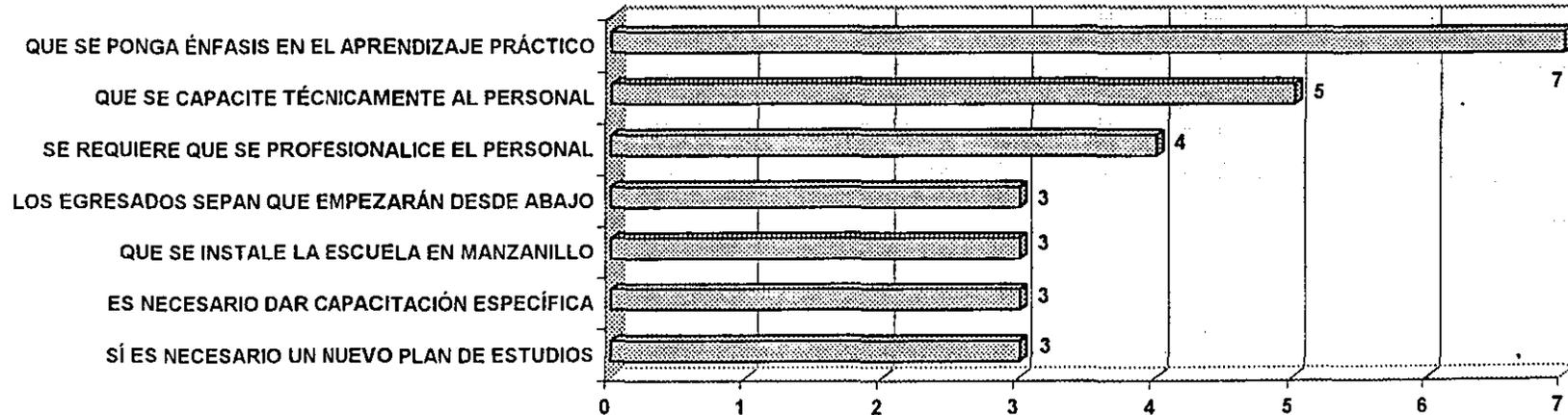
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO LABORAL PARA LA CARRERA DE
PROFESIONAL ASOCIADO EN SERVICIOS TURÍSTICOS
CUESTIONARIO DIRIGIDO A EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO**

PREGUNTA 14: *SUGERENCIAS GENERALES PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS:*

(34 RESPUESTAS)

RESPUESTAS MÁS FRECUENTES:	FRECUENCIA
QUE SE PONGA ÉNFASIS EN EL APRENDIZAJE PRÁCTICO	7
QUE SE CAPACITE TÉCNICAMENTE AL PERSONAL	5
SE REQUIERE QUE SE PROFESIONALICE EL PERSONAL	4
SÍ ES NECESARIO UN NUEVO PLAN DE ESTUDIOS	3
ES NECESARIO DAR CAPACITACIÓN ESPECÍFICA	3
QUE SE INSTALE LA ESCUELA EN MANZANILLO	3
LOS EGRESADOS SEPAN QUE EMPEZARÁN DESDE ABAJO	3

SUGERENCIAS MÁS FRECUENTES PARA EL PLAN



Fuente: Investigación directa