



ISBN: 978-607-02-4397-4

Universidad Nacional Autónoma de México

Instituto de Investigaciones
sobre la Universidad y la Educación

www.iisue.unam.mx/libros

Vianey García Vázquez,
Gloria Angélica Valenzuela Ojeda (2013)
“Los programas de posgrado en turismo en México”
en *El posgrado. Programas y prácticas*,
María Concepción Barrón Tirado,
Gloria Valenzuela Ojeda (coords.),
IIUE-UNAM, México, pp. 67-103.

Esta obra se encuentra bajo una licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional
(CC BY-NC-ND 4.0)

LOS PROGRAMAS DE POSGRADO EN TURISMO EN MÉXICO

*Vianey García Vázquez**

*Gloria Angélica Valenzuela Ojeda***

En este trabajo, se presentan los resultados obtenidos a través de un estudio de educación comparada realizado con los programas de posgrado en turismo que se ofrecen en México. Los programas fueron analizados a partir del currículo formal, considerando las orientaciones, características y tendencias de los mismos. Se observa que estos programas responden a la necesidad de formación que requieren los licenciados en turismo o personas que se encuentran laborando dentro de esta área, cuyo interés principal se basa en continuar con sus estudios para adquirir las herramientas necesarias que les permitan ser más competentes e incrementar su nivel laboral. En la mayoría de los casos, existe congruencia entre los objetivos, perfiles de egreso e ingreso y las áreas del conocimiento que los integran. Se identifica que los posgrados cuentan con distintas orientaciones, resaltando la mercadotecnia, la recreación y la administración de servicios turísticos.

INTRODUCCIÓN

La educación, como parte de un fenómeno social, ha ido evolucionando hasta convertirse en una necesidad: la de mejorar tanto la práctica educativa como la formación de sus estudiantes.

* Profesora-investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

** Profesora-investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

En la actualidad, en los contextos educativos, se hacen presentes los conceptos de internacionalización y globalización, que llevan a la creación de nuevas opciones profesionales que respondan a estos retos; además, la dinámica de la internacionalización y de la globalización genera un incremento de la actividad turística, lo que propicia la necesidad de incrementar la profesionalización de este sector.

Así, se hace necesaria la capacitación de los prestadores de servicios turísticos, tomando en cuenta que debemos tener presente que la actividad turística depende de todos aquellos que como seres humanos damos calidez y acción al turismo, ya sea actuando como receptores o como turistas en sí.

Actualmente, la especialización en turismo se hace ineludible, ya que se ha dado una considerable expansión de las actividades turísticas, convirtiéndose en uno de los sectores más competitivos del mundo, lo cual genera una fuerte demanda de diversos servicios turísticos que van desde establecimientos de hospedaje, alimentos, viajes, etc., que requieren personal capacitado para manejar adecuadamente los servicios turísticos.

Es por esto que no basta con la obtención de un título de licenciatura, sino que se debe buscar siempre una superación constante que contribuya al desarrollo profesional,

enfaticando una sólida formación profesional como consecuencia de priorizar los procesos de aprendizaje con un carácter eminentemente productivo, de forma que la educación de Posgrado se sustente en un egresado que esté dotado de los recursos intelectuales y humanos que le garanticen educarse durante toda su vida profesional (Manzo, Rivera y Rodríguez, 2006).

De esta forma, los profesionales en turismo y todos los interesados en su desarrollo pueden acceder a un programa de posgrado en turismo para contribuir con el mejor manejo, promoción y ejecución de este campo de trabajo. Por tal motivo, la investigación que se presenta tiene como principal objetivo analizar tales programas ofrecidos en México e identificar sus orientaciones, características y elementos centrales.

Para efectos del estudio, se consideraron los diferentes niveles de posgrado: especialidad (que implica la obtención de un diploma), maestría y doctorado, que conducen a la consecución del grado correspondiente (SEP, 2000). Sin embargo, únicamente se trabajó con programas de maestría por ser la oferta con mayor predominio en el país. Cabe señalar que los programas que forman parte de esta investigación son los considerados en la guía de escuelas de turismo de la Secretaría de Turismo Federal; éstos fueron agrupados y analizados de acuerdo con la clasificación por regiones geográficas que define la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES).

EL TURISMO Y LOS PROGRAMAS DE POSGRADO

Este trabajo se fundamenta en el análisis de los programas académicos de posgrado, entendiendo por éstos un

conjunto estructurado de experiencias y actividades educativas, expresado en un plan de estudios que se ofrece en el marco de una institución educativa, bajo determinadas condiciones materiales y académicas, y cuyo curso, durante un determinado número de años, permite la obtención de un título profesional (Medina, 2002).

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

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

Para dar respuesta a las necesidades turísticas, se hace necesaria la creación de diversos servicios, como agencias de viajes, hoteles, restaurantes, etc., y no sólo aquéllas exclusivas de actividades vacacionales, pues se incluyen también las de ocio y de negocios. En este contexto, se identifica que el turismo muestra una notable capacidad de crecimiento, pese a la disminución del mismo por la actual crisis económica, donde se muestra que tras un aumento de 5 por ciento durante la mitad de 2008, el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales se situó a nuestro país en valores negativos durante la segunda mitad de 2008 (-1 por ciento), presentando el resultado final un crecimiento estimado de 2 por ciento para todo el año (Barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT), 2009). Sin embargo, el turístico sigue siendo uno de los sectores económicos más dinámicos, y son muchos los efectos benéficos que genera; entre ellos, una creciente contribución al PIB (en algunos casos más de 10 por ciento) y sustanciales ingresos de divisas, así como la creación de empleo, algo especialmente importante en la actual crisis económica (OMT, 2009).

En este sentido, podemos entender la importancia que tienen las instituciones de educación superior por su aporte tanto a la profesionalización de los recursos humanos como a la formación de investigadores y directivos de las diversas disciplinas vinculadas con el turismo, que se apoyan en la formación de posgrado para lograr estos objetivos. De ahí la necesidad de estudiar de manera detallada este proceso educativo, que como

educación permanente o desarrollo profesional permanente, constituye un concepto más amplio vinculado a la formación de competencias profesionales para garantizar el desempeño como expresión de los conocimientos teóricos, prácticos y personales adquiridos y ha sido subdividida en dos modalidades igualmente importantes (Manzo, Rivera y Rodríguez, 2006):

1. La educación avanzada formal, o educación de posgrado, que posee un carácter selectivo, regulada nacionalmente y ejecutada por instituciones autorizadas. Esta modalidad otorga títulos académicos y está orientada hacia la creación o producción intelectual.

2. La educación avanzada no formal, también denominada educación continua, que no posee carácter selectivo y se distingue por su flexibilidad y normatividad simple, la cual está dirigida a la superación y actualización profesional permanente de todos los profesionales. Sin embargo, esta modalidad no ha caracterizado con la debida fuerza a las universidades, no obstante el papel esencial que juega en el desarrollo integral de la actividad profesional (Manzo, Rivera y Rodríguez, 2006).

La presente investigación aborda la definición de educación avanzada formal o educación de posgrado, ya que se sustenta en el análisis de los programas de turismo impartidos en las instituciones de educación superior de México, las cuales otorgan un título o grado después de haber cursado satisfactoriamente el programa. Pero, ¿cuáles son las áreas que considera un programa de turismo? Debido a su complejidad, el estudio del turismo se ha realizado desde hace muchos años basándose en las ciencias que justificaban de mejor manera la posición del turismo, de acuerdo con sus necesidades e intereses. Una de las primeras en tratar como parte de su estudio el turismo es la economía que, como define Fernández (1991), veía en éste un factor determinante en el desarrollo económico, un redistribuidor del gasto y un generador de divisas, entre otros aspectos.

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

No obstante y pese a la importancia general de la multidisciplinariedad del turismo, para el caso del posgrado nos encontramos con que el objetivo fundamental de los programas es tanto la profesionalización como la formación para la investigación turística

que conlleven a la mejora laboral, lo que propicia que el estudio del turismo abarque áreas más concretas como son administración, finanzas, negocios y proyectos, entre otras, las cuales se reflejan de manera importante en el valor del turismo.

Así, las personas

pueden tomar diversas rutas al ejercer sus carreras en diferentes niveles dentro y de uno a otro de varios sectores secundarios del turismo, variando de acuerdo con sus antecedentes y habilidades en el trabajo [...] pues los supervisores, gerentes y empresarios deben tener otros valores e intereses que les permitan enfrentar los retos de cambio y satisfacer las necesidades de un mercado exigente y siempre cambiante (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 2007).

Para el cual el posgrado brinda las herramientas para lograr esta mejora profesional, al identificar la implementación de programas de posgrado de turismo, que regularmente cuentan con un área de especialización según las necesidades e intereses que deseen cubrir sus estudiantes.

Metodología

La presente investigación es descriptiva y documental, y se inserta en los estudios de educación comparada. De acuerdo con Bisquerra (2000), en los estudios descriptivos, como el presente, no se manipula ninguna variable, se observan y describen los fenómenos estudiados; además, para este mismo autor, la investigación documental o bibliográfica consiste en la búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre temas específicos (2000).

Por otro lado, la educación comparada,

en sentido estricto, se puede caracterizar como la disciplina que, mediante el enfoque comparativo, investiga los fenómenos educativos globales o particulares que se dan en dos o más sociedades o grupos humanos, en cuanto a las relaciones de semejanza y diferencia que

existen entre ellos, y entre las formas de interacción que mantienen con sus respectivos contextos sociales, a fin de contribuir al conocimiento y la comprensión de dichos fenómenos educativos, propios y ajenos, y de enriquecer los procesos de toma de decisiones para su mejoramiento (Olivera, citado en García, 2003).

Al aplicar las definiciones anteriores, en el presente caso se realizó un acopio, un análisis y una comparación de las diferentes propuestas curriculares de posgrado en turismo ofertadas por las instituciones de educación superior en México.

Como instrumento de análisis, se elaboró una matriz en formato Excel para concentrar las características de los programas de estudio de las distintas instituciones.

La matriz se dividió en dos apartados. La primera parte concentra los datos de identificación de las instituciones educativas y cada uno de los programas estudiados, en donde se encuentran los siguientes indicadores: nombre del programa, año de fundación de la escuela, año de fundación del programa, modalidad, dirección, así como las características del programa, identificando perfil de ingreso, perfil de egreso, objetivos, misión, visión, valores, periodos escolares y áreas terminales, principalmente.

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

El análisis de los programas se concentró en el nivel de maestría, ya que las especialidades fueron muy pocas y no se identificó oferta académica de turismo en el nivel del doctorado.

Resultados

Para su mejor interpretación, los resultados del análisis de los programas de maestría se dividieron en dos partes: resultados generales en el nivel nacional y resultados obtenidos de acuerdo con la ponderación de las áreas por regiones.

RESULTADOS GENERALES EN EL NIVEL NACIONAL

Caracterización de los programas

Se realizó una división por regiones, y se encontró que en la Noroeste se imparten tres maestrías diferentes: en la Universidad Internacional de la Paz se ofrece la maestría en administración con especialidad en empresas turísticas; en la Universidad Mundial Baja California Sur se oferta la maestría en turismo, mientras que en la Universidad de Los Cabos se imparte la maestría en dirección de organizaciones turísticas, todas ellas en el estado de Baja California Sur.

Posteriormente, en la región Noreste se identificaron programas en los estados de Coahuila y San Luis Potosí: la Universidad del Valle de México ofrece la maestría en mercadotecnia turística y en mercadotecnia de negocios turísticos. Dentro de esta misma región, en el estado de Tamaulipas, la Universidad Regional Miguel Hidalgo cuenta con la maestría en administración y recreación del tiempo libre.

En lo que respecta a la región Centro-occidente, la oferta de maestrías está constituida por la Universidad de Aguascalientes, con la maestría en ciencias económico-administrativas, con especialidad en dirección turística; la Universidad La Salle de los estados de Michoacán y Guanajuato, con la maestría en mercadotecnia turística, y la Universidad de Guadalajara en el estado de Jalisco, en donde se imparte la maestría en administración y gestión regional en el Centro Universitario de la Costa Sur; además, en el Centro Universitario de la Costa de Puerto Vallarta la maestría que se ofrece se orienta al desarrollo sustentable y turismo.

Por otro lado, en la región Metropolitana encontramos, en el Distrito Federal, instituciones como la Escuela Bancaria y Comercial, con la maestría en Administración con áreas en hotelería y turismo; el Instituto de Estudios Superiores en Turismo, con su maestría en planeación y desarrollo; el Instituto Politécnico Nacional, con la maestría en alta dirección de empresas turísticas, así como la maestría en administración e innovación del turismo; la Escuela Panamericana de Turismo, con la maestría en dirección hotelera, así como la Universidad YMCA, con la maestría en recreación.

Respecto a la región Centro-sur, identificamos la Universidad Autónoma de Guerrero, que oferta los programas de maestría en desarrollo turístico con mención mercadotecnia de servicios turísticos, así como con mención en desarrollo del producto turístico. En Puebla, se encuentra la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, con su maestría en dirección estratégica de empresas turísticas, la Universidad Cuauhtémoc, con la maestría en administración turística y la Universidad de Ciencias y Desarrollo que oferta la maestría en dirección y gestión de empresas turísticas. En el Estado de México se identificaron la Universidad Anáhuac México Norte, con la maestría en alta dirección de hoteles y restaurantes; la Universidad Tecnológica Internacional, con la maestría en recreación laboral y turística, además de la Universidad del Valle de México con la maestría internacional en gestión global de negocios turísticos.

Por último, en la región Sur-sureste se encuentra el Instituto Campechano, con la maestría en gestión de empresas turísticas; la Universidad Autónoma de Chiapas, con la maestría en administración con formación en gestión y planificación turística. En Quintana Roo, la Universidad La Salle oferta las maestrías en turismo y dirección hotelera, y en mercadotecnia turística. Tabasco aparece con la Universidad del Valle de México, que ofrece la maestría en mercadotecnia de negocios turísticos y la Universidad Popular de la Chontalpa, con la maestría en turismo de naturaleza. Por último, en el estado de Yucatán se cuenta con la Universidad de Valladolid, con su maestría en mercadotecnia turística y la Universidad Mayab, con la maestría en planeación y dirección de empresas turísticas.

A partir de las denominaciones de los programas, se puede entender una diferencia de orientaciones y enfoques con los que se forma a los posgraduados del turismo. Se identifica también que la oferta educativa se compone de diversas instituciones, de las cuales 22 (67 por ciento) son privadas y 11 (33 por ciento) públicas. En lo que respecta a la modalidad, nos encontramos que 31 (94 por ciento) son presenciales, 1 (3 por ciento) no presencial y 1 (3 por ciento) a distancia.

Resultados obtenidos de acuerdo con la ponderación de las áreas en el nivel nacional

El total de materias de los 31 programas analizados fueron agrupadas por áreas, que a su vez se ubicaron en tres partes: las áreas que tenían mayor peso dentro de los programas de posgrado, las áreas con un peso intermedio y aquéllas con menor peso. Los resultados se pueden observar en el cuadro 1, en el que también es posible identificar que dentro de las áreas con mayor peso en los programas de estudio se encuentra la de mercadotecnia turística en las regiones del Noreste, Centro-occidente, Centro-sur y Sur-sureste, con 49 por ciento, 17 por ciento, 17 por ciento y 33 por ciento, respectivamente; área que como hemos mencionado cumple una función muy importante al establecer relaciones públicas, promocionales, conocimiento de la conducta del consumidor, así como el mercado por desarrollar, mismos que coadyuvan a potenciar el turismo. Aunque tal área se presenta con mayor frecuencia en estas cuatro regiones, no significa que la Noroeste y la Metropolitana la dejen de lado, ya que se presenta con una frecuencia de 11 (14 por ciento) y 6 (6 por ciento) en estos programas, pues es sin duda un área de la cual ninguna de las regiones podría prescindir.

Por otro lado, identificamos que se ofrecen distintas materias optativas en los programas, tanto en la región Noroeste (34 por ciento) como en la Metropolitana (26 por ciento) para que el alumno elija las materias de acuerdo con las necesidades e intereses del área en la cual desea especializarse. En relación con las materias optativas, la región Noroeste pone el énfasis en la administración y dirección de empresas turísticas, mientras que la región Metropolitana ofrece maestrías que,

aunque su orientación también implica a las empresas turísticas, enfatiza ciertos servicios en particular, como hotelería (dos escuelas de la región) y recreación (una escuela), entre otras.

Dentro de las áreas con importancia media encontramos el estudio de la administración general para las regiones del Centro-occidente, con 15 asignaturas (13 por ciento), la región Metropolitana, con 15 (15 por ciento) la región Centro-sur, 26 (18 por ciento) y la región Sur-sureste, con 22 (19 por ciento), pues de acuerdo con Reyes y Rodríguez, en Méndez (2006), la importancia de esta área se basa en que se da donde quiera que exista una organización; el éxito de una empresa u organismo social se debe a la buena administración que posea. Para las grandes empresas, la administración científica es esencial; para las pequeñas y medianas, la manera más indicada de competir con otras es el mejoramiento de la misma. Dicho en otras palabras, es necesario tener una mejor coordinación de sus recursos, incluyendo el humano. Un incremento en la productividad, dependerá de una adecuada administración. Éstas son algunas de las principales ventajas que se pueden asegurar a través del estudio del área de administración general, por lo que en estos programas sobresale la confianza que se tiene en esta área.

No obstante, en la región Noroeste y Noreste, se imparte la administración, y se especializa en el sector turístico, con trece (16 por ciento) y seis materias (9 por ciento), resaltando que esto se da en los estados pertenecientes al norte de la República mexicana, que sin duda gozan de una diversidad de atractivos, además de ser parte de los estados fronterizos; empero, también se maneja el área administrativa en general, aunque con menor importancia, ya que se manifiesta con nueve materias (11 por ciento) para el caso del Noroeste y únicamente con 6 por ciento para las del Noreste, en contraste con el área de administración de empresas turísticas que si bien es cierto que se presenta en las cuatro regiones decae de manera significativa para la región Centro-occidente, donde se localiza como un área de importancia baja, con 3 por ciento del total de materias, aunque en la región Metropolitana, Centro-Sur y Sur-Sureste aparece con importancia media, se identifican ocho materias (8 por ciento), diez asignaturas, (7 por ciento) y siete (6 por ciento), respectivamente.

Al mismo tiempo, llama nuestra atención la presencia de un área que denominaríamos como cien por ciento turística, por tratarse del manejo del ocio y del tiempo libre; esto es, la recreación que, pese a que no se encuentra en todas las regiones estudiadas, se identifica en la región Noroeste con seis materias (9 por ciento) y Área Metropolitana con ocho asignaturas (8 por ciento), con una importancia media. Al resaltar la importancia de esta área, consideramos que este comportamiento puede deberse a las necesidades y al uso del tiempo libre, que con las presiones laborales y la vida diaria hacen que se vuelva parte fundamental del turismo el hecho de organizar actividades de relajación, campamentos, ecoturismo, haciéndolo de manera eficiente, ya que su importancia tanto social como educativa va en ascenso.

También dentro de las áreas de peso medio se identifica la de investigación, con 9 por ciento, puesto que para lograr un conocimiento profundo de una materia se requieren herramientas que guíen esta comprensión. Posteriormente, encontramos el área de administración de empresas turísticas, con 8 por ciento, así como el conocimiento del turismo en general, 5 por ciento, identificando que se encuentran vinculadas debido a que ambas áreas buscan el desarrollo turístico.

Finalmente, nos percatamos de que las áreas con menor peso en los programas son economía, métodos cuantitativos, geografía, patrimonio turístico, viajes, entre otras, lo que hace ver una vez más cómo decae en importancia el estudio ecológico del turismo, además de la importancia de los viajes.

Esta valoración nos permite identificar las distintas orientaciones de posgrados en México, y dependerá de las habilidades particulares y laborales que manifiesten los interesados en el programa para elegir entre ellos aquel que se adecue a sus necesidades de profesionalización de acuerdo con sus gustos e intereses.

CUADRO 1

Resultados generales del posgrado de turismo en México

Áreas	Noroeste		Noreste		Centro-occidente		Metropolitana		Centro-sur		Sur-sureste		Total	
	FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
Mercadoctenia turística	11	14	34	49	20	17	6	6	24	17	39	33	134	21
Administración	9	11	4	6	15	13	15	15	26	18	22	19	91	15
Optativa	27	34	0	0	15	13	25	26	9	6	2	2	78	12
Investigación	6	8	5	7	16	14	6	6	10	7	11	9	54	9
Administración de empresas turísticas	13	16	6	9	3	3	8	8	10	7	7	6	47	8
Turismo	2	3	4	6	11	9	1	1	11	8	4	3	33	5
Economía	2	3	2	3	8	7	5	5	5	3	8	7	30	5
Legal	1	1	3	4	5	4	3	3	5	3	6	5	23	4
Métodos cuantitativos	4	5	2	3	3	3	1	1	8	6	4	3	22	4
Proyectos turísticos	0	0	0	0	7	6	4	4	5	3	6	5	22	4
Negocios	0	0	0	0	0	0	5	5	13	9	2	2	20	3
Recreación	0	0	6	9	0	0	8	8	4	3	0	0	18	3
Hotelería	0	0	0	0	0	0	6	6	2	1	5	4	13	2
Relaciones sociales	0	0	1	1	4	3	0	0	4	3	1	1	10	2
Ecología	0	0	0	0	7	6	1	1	1	1	0	0	9	1
Uso de tecnología	0	0	1	1	1	1	2	2	3	2	0	0	7	1
Comunicación	1	1	1	1	0	0	2	2	0	0	0	0	4	1

CUADRO 1 (continuación)

Regiones	Noroeste		Noreste		Centro-occidente		Metropolitana		Centro-sur		Sur-suroeste		Total	
	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
Áreas														
Ética	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0
Geografía ética	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	2	0
Patrimonio turístico	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	2	0
Viajes	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
Inglés	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Dorcencia	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Total	80	100	70	100	116	100	98	100	143	100	118	100	625	100

* FR= frecuencia.

Resultados obtenidos de acuerdo con la ponderación de las áreas por regiones

Región Noroeste

Al hacer el análisis de la región Noroeste, que de acuerdo con la clasificación de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) se integra por los estados de Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora, identificamos únicamente en el estado de Baja California Sur universidades que ofrecen maestrías en el área turística. Al indagar en estas instituciones, encontramos tres universidades que ofertan programas de posgrado en turismo cuyas orientaciones por áreas abordaremos a continuación.

En el cuadro 2 observamos la importancia que le dan los programas de la región Noroeste a las distintas áreas del sector turístico, donde podemos distinguir que en lo que respecta a esta región se deja a elección del estudiante su área prioritaria, puesto que las materias optativas ocupan el primer lugar en importancia, con una frecuencia total de 27 opciones (34 por ciento), las cuales están distribuidas con frecuencia de nueve asignaturas en los programas de turismo con especialidad en gestión y organización turísticas y con especialidad en mercadotecnia turística, de la Universidad Mundial de Baja California Sur, lo que representa 39% del total de las asignaturas de sus programas, así como la maestría en dirección de organizaciones turísticas de la Universidad Univer los Cabos, con 49 por ciento de su programa.

Sin embargo, notamos que el programa de la Universidad Internacional La Paz no cuenta con áreas optativas, pues establece desde su nombre la orientación, al denominarse maestría en administración con especialidad en empresas turísticas, destacando la importancia del área administrativa, con 33 por ciento, y complementada con el estudio de la administración especializada en empresas turísticas, con 27 por ciento, mismas que no se dejan de lado para las demás instituciones, pues se consideran como parte fundamental del manejo de las empresas de servicios, que requiere día a día mayor

preparación e innovación en el mercado cambiante en el que se desenvuelve, por lo que esta conducta se manifiesta en la Universidad Univer Los Cabos con 16 por ciento para administración y 5 por ciento para administración de empresas turísticas.

Mientras que ambas universidades ponen el énfasis en el área administrativa en general, para la Universidad Mundial de Baja California Sur se invierte esta tendencia, pues ésta prioriza en sus programas el área de administración de empresas turísticas, con tres asignaturas (13 por ciento) en su maestría con especialidad en mercadotecnia, dejando de lado la administración en general. No obstante, en su programa de especialidad en gestión y organización turísticas se retoman ambas con cinco asignaturas (22 por ciento) para la administración de empresas turísticas y únicamente 4 por ciento para la administración en general.

Como parte de las áreas que se encuentran con una ponderación de importancia media, identificamos la mercadotecnia turística, que en términos generales en la región se presenta con una frecuencia de once asignaturas (14 por ciento), de las cuales seis (26 por ciento) pertenecen al programa de turismo con especialidad en mercadotecnia turística de la Universidad Mundial de Baja California Sur; tres (13 por ciento) a la misma universidad en su programa de turismo con especialidad en gestión y organizaciones turísticas, mientras que la Universidad Univer Los Cabos y la Universidad Internacional La Paz únicamente cuentan con una asignatura perteneciente a esta área; esto es, 5 por ciento y 7 por ciento, respectivamente.

Por último, dentro de las áreas que pertenecen al rubro de ponderación baja, aparecen áreas como investigación, con una frecuencia de seis materias (8 por ciento), la cual se toma en cuenta para las tres universidades antes mencionadas, ya que no se podría prescindir de esta área que ayuda a desarrollar habilidades de investigación, sumamente importantes para la búsqueda de conocimientos y la solución de problemas.

Desde este esquema, identificamos dos áreas que reflejan su importancia en el conocimiento y en el manejo de los recursos económicos estamos hablando del área de métodos cuantitativos, con una frecuencia general de cuatro asignaturas (5 por ciento), distribuidas

CUADRO 2

Resultados de la región Noroeste

Áreas	Baja California Sur												Ponderación
	Universidad Univer Los Cabos	Universidad Nacional de la Paz	Universidad Mundial Baja California Sur	Universidad Mundial Baja California Sur	Maestría en dirección de organizaciones turísticas	Maestría en administración con especialidad en empresas turísticas	Maestría en turismo con especialidad en mercado/tecnia turística	Maestría en turismo con especialidad en gestión y organización turística	Total	FR	%	Total	
FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
Optativa	9	47	0	0	0	9	39	9	39	27	34	Alta	
Administración de empresas turísticas	1	5	4	27	3	13	5	22	13	16	16	Media	
Mercadotecnia turística	1	5	1	7	6	26	3	13	11	14	14		
Administración	3	16	5	33	0	0	1	4	9	11	11		
Investigación	1	5	1	7	2	9	2	9	6	8	8		
Métodos	1	5	1	7	1	4	1	4	4	5	5		
Economía	1	5	1	7	0	0	0	0	2	3	3		
Turismo	0	0	0	0	1	4	0	4	2	3	3	Baja	
Viajes	0	0	0	0	1	4	0	4	2	3	3		
Comunicación	0	0	1	7	0	0	0	0	1	1	1		
Ética	0	0	1	7	0	0	0	0	1	1	1		
Legal	1	5	0	0	0	0	0	0	1	1	1		
Docencia	1	5	0	0	0	0	0	0	1	1	1		
Total	19	100	15	100	23	100	23	100	80	100	100		

* FR= frecuencia.

en una para cada escuela, seguida de economía con dos materias (3 por ciento), implementada únicamente en la Universidad Internacional La Paz y en la Universidad Univer Los Cabos.

En el cuadro 2, podemos identificar otras áreas que aluden a la ponderación baja, entre las que encontramos viajes, comunicación, ética y marco legal; consideramos que este hecho se debe a que si bien estas áreas no se dan como una especialidad concreta del turismo, es necesario que se retomen por la importancia que presentan tanto en el turismo como en el desarrollo mismo de la vida cotidiana.

Concluimos el análisis de la región Noroeste apuntando que se presentan diferentes opciones de especialidad para estudiar y prepararse para participar en el sector turístico, cubriendo las distintas necesidades e intereses de cada persona, que van desde dirigir una empresa hasta ser parte del equipo de promoción y relaciones públicas de la misma.

Región Noreste

De acuerdo con la clasificación de ANUIES, esta región se integra por los estados de Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas, en los estados de Coahuila, San Luis Potosí y Tamaulipas es donde se identifican las universidades que ofrecen maestrías en el área turística.

Al estudiar esta región, identificamos la Universidad del Valle de México (UVM) en sus sedes en los estados de Coahuila y San Luis Potosí, ambas ofertando el programa de maestría en mercadotecnia de negocios turísticos; por esta razón y a efecto de no confundir al lector, en el análisis comparativo se hace mención únicamente del programa de esta universidad como uno solo, ya que presenta las mismas asignaturas y porcentajes en los dos estados, como lo podemos notar en el cuadro 3. En esta región, está la Universidad Regional Miguel Hidalgo en el estado de Tamaulipas, con la maestría en administración y recreación del tiempo libre.

Al analizar las orientaciones de los programas, notamos que cada uno de ellos, desde el nombre del mismo, manifiesta sus orien-

taciones principales. En el caso de la UVM, sobresale con mayor importancia la mercadotecnia turística, ya que este programa cuenta con 17 asignaturas (71 por ciento); como hemos podido advertir a lo largo de este estudio, esta área ha ido cobrando mayor importancia, pues pone de manifiesto el conocimiento de los factores que intervienen para lograr una satisfacción completa en el cliente.

Por otro lado, la Universidad Regional de Tamaulipas le da mayor importancia al área de recreación, con seis asignaturas (27 por ciento); llama nuestra atención la incorporación de una maestría centrada en esta área, por lo que hemos notado el incremento de actividades orientadas a esta especialidad, así como los puestos que genera este servicio, que van desde “director de actividades, instructor de esquí, naturalista, promotor de conciertos, directores de teatro, centros de vacaciones y parques recreativos, además de puestos administrativos, de supervisión y dirección” (McIntosh, Goeldner y Ritchie, 2007).

Debido a la necesidad de cubrir todos estos requerimientos, se han creado maestrías que orienten no sólo al conocimiento de la administración de los servicios turísticos, sino que tienen que ver con el campo de aplicación de actividades relacionadas con el manejo del tiempo libre.

Hemos visto las orientaciones a las que particularmente se han enfocado estas instituciones. Sin embargo, ambas coinciden en la importancia de la administración, sobre todo enfocada a las empresas turísticas, pues para el programa de Tamaulipas representa 9 por ciento, al igual que la administración en general. De la misma manera, la Universidad del Valle de México sustenta esta área, con 8 por ciento para el caso de administración de empresas turísticas, y 4 por ciento para administración. No obstante, vemos que sin duda el área administrativa es una parte fundamental para todos los programas, pues lejos de orientarse a alguna en particular siempre estará presente.

Otra área con importancia media es la investigación, la cual se presenta con mayor frecuencia en la Universidad Regional Miguel Hidalgo, con tres materias (14 por ciento), a diferencia de la UVM, con una materia (4 por ciento).

CUADRO 3
Resultados de la región Noroeste

Áreas	Coahuila			San Luis Potosí			Tamaulipas			Total	Ponderación	
	Universidad del Valle de México			Universidad del Valle de México			Universidad Regional Miguel Hidalgo					
	Maestría en mercadotecnia de negocios turísticos	FR*	%	Maestría en mercadotecnia de negocios turísticos	FR	%	Maestría en administración y recreación del tiempo libre	FR	%			
Mercadoctenia turística	17	71	71	17	71	71	0	0	0	34	49	Alta
Administración de empresas turísticas	2	8	8	2	8	8	2	9	9	6	9	
Recreación	0	0	0	0	0	0	6	27	27	6	9	Media
Investigación	1	4	4	1	4	4	3	14	14	5	7	
Administración	1	4	4	1	4	4	2	9	9	4	6	
Turismo	0	0	0	0	0	0	4	18	18	4	6	
Legal	1	4	4	1	4	4	1	5	5	3	4	
Economía	1	4	4	1	4	4	0	0	0	2	3	
Métodos cuantitativos	1	4	4	1	4	4	0	0	0	2	3	Baja
Comunicación	0	0	0	0	0	0	1	5	5	1	1	
Inglés	0	0	0	0	0	0	1	5	5	1	1	
Relaciones sociales	0	0	0	0	0	0	1	5	5	1	1	
Uso de tecnologías	0	0	0	0	0	0	1	5	5	1	1	
Total	24	100	100	24	100	100	22	100	100	70	100	

*FR= frecuencia.

Por último, haremos mención de las áreas cuya importancia es baja, como turismo, únicamente retomada por el programa de recreación, al igual que inglés, comunicación, relaciones sociales y uso de la tecnología; asimismo, únicamente la UVM cuenta con las áreas de economía y métodos cuantitativos como de ponderación baja. Sin embargo, ambos programas cuentan con el área legal en el mismo rango de importancia.

Nos pareció interesante el análisis de esta región, al notar las diferencias de orientación entre las instituciones con las que cuenta, pues aunque solamente se consideraron dos programas, nos resultaron atractivas sus orientaciones, y estimamos oportuna la creación de otros posgrados que complementen la demanda educativa de la región.

Región Centro-occidente

La región Centro-occidente, de acuerdo con la clasificación de ANUIES, está constituida por los estados de Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán y Nayarit; observamos que no se ofertan programas de maestría en los estados de Colima y Nayarit.

Al efectuar el análisis de los programas de acuerdo con su orientación, identificamos una vez más el área de mercadotecnia turística con la mayor ponderación tanto de manera general en la región, con 17 por ciento —expresado en los programas de la Universidad La Salle y del Bajío (44 por ciento)—, como en la de Morelia, con ocho asignaturas (30 por ciento), pues aunque ambas pertenecen a la misma institución, pero en diferentes estados, muestran algunas variaciones entre ellas, por lo cual se hablará al respecto de manera independiente.

Al seguir con el análisis, encontramos el programa de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, la cual considera esta área como la de mayor ponderación en su programa, con cuatro asignaturas (20 por ciento), pese a que su área terminal es en dirección turística; de la misma manera, nos encontramos con la Universidad de Guadalajara (UDG) en su campus de Puerto Vallarta, aunque con menor frecuencia, pues únicamente se enfoca una asignatura a esta área.

Dentro de las áreas de ponderación alta, aparece una investigación, la cual predomina en el programa de la UDG Puerto Vallarta con 17 por ciento; además, en la Universidad La Salle de Michoacán, con cuatro asignaturas (15 por ciento), considerando el mismo valor porcentual para la Universidad de Aguascalientes. Por último, esta área se registra en la Universidad de Guanajuato con un porcentaje menor, aunque el segundo en importancia dentro de su programa de estudios. Al observar estos valores, notamos la importancia de la investigación, como una área que ofrece la oportunidad de construir conocimiento propio e identificar nuevas estrategias para mejorar la práctica.

Por otro lado, al hablar de las asignaturas con una ponderación media distinguimos que la institución que no había destacado en las áreas anteriores, da mayor importancia al área administrativa, ya que siete de sus asignaturas (39%) pertenecen a ella, en comparación con los demás programas, donde se presenta únicamente con tres, dos y hasta una asignatura (véase cuadro 3).

Posteriormente, aparecen las materias optativas, las cuales dan libertad al estudiante de elegir la orientación o materias que se adecuen a las necesidades de especialización de cada persona de acuerdo con su ámbito laboral o intelectual, resaltando que el programa que ofrece mayor oferta optativa es la maestría en mercadotecnia turística de la Universidad La Salle de Morelia, con una frecuencia de seis asignaturas (22 por ciento), a diferencia de la Universidad La Salle del Bajío, donde no se toma en cuenta.

Sigue en importancia el CUCSUR de la UDG con cuatro materias, que al igual que el programa de La Salle de Morelia representa 22 por ciento en su programa de estudios, en comparación con la Universidad de Aguascalientes, donde descienden estas materias a tres, con 15 por ciento, así como en la maestría en desarrollo sustentable y turismo, con únicamente dos materias (6 por ciento). Además de las materias optativas, se presenta el área turística con ponderación media, la que sin duda identificamos con mayor insistencia en el programa de maestría en desarrollo sustentable y turismo de la Universidad de Guadalajara, ya que se enfoca en el desarrollo sustentable del turismo, al otorgar siete asignaturas a esta área (20 por

CUADRO 4

Resultados de la región Centro-occidente

Áreas	Aguascalientes		Guanajuato		Jalisco		Jalisco		Michoacán		Total	Ponderación	
	FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%			
Mercedotecnía turística	4	20	7	44	0	0	0	0	1	3	8	30	17
Investigación	3	15	2	13	1	6	6	17	4	15	4	15	14
Administración	2	10	1	6	7	39	2	6	3	11	3	11	13
Optativa	3	15	0	0	4	22	2	6	6	22	6	22	13
Turismo	1	5	1	6	2	11	7	20	0	0	0	0	9
Economía	3	15	2	13	2	11	0	0	0	1	4	4	7
Ecología	0	0	0	0	0	0	6	17	1	4	1	4	6
Proyectos turísticos	1	5	2	13	0	0	2	6	2	7	2	7	6
Legal	2	10	1	6	1	6	0	0	1	4	1	4	4
Relaciones sociales	0	0	0	0	0	0	4	11	0	0	0	0	3
Administración de empresas turísticas	1	5	0	0	0	0	2	6	0	0	0	0	3
Métodos cuantitativos	0	0	0	0	1	6	1	3	1	4	1	4	3
Geografía	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	1
Uso de tecnologías	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	1
Total	20	100	16	100	18	100	35	100	27	100	116	100	100

*FR= frecuencia.

ciento), que tiende a complementarse con el área ecológica, con seis asignaturas (17 por ciento), siendo junto con el programa michoacano (4 por ciento), los únicos que consideran la ecología como parte trascendental para el desarrollo turístico.

En vista de lo anterior, nos permitimos proponer que sea considerada la ecología en los demás programas de posgrado, pues debemos concientizarnos de la importancia de conservar y preservar nuestros sitios de interés turístico, además de posicionar a México como un destino potencial y único. Finalmente, mencionaremos las materias de ponderación baja en esta región, las cuales van desde economía, conocimiento legal que atañe a las actividades turísticas, manejo de las relaciones sociales, así como uso de la tecnología, que sin duda se hace imprescindible en este contexto.

Región Metropolitana

Una región característica de nuestro país es la Metropolitana, la cual, debido a su gran número de habitantes y su importancia geográfica, se compone únicamente por el Distrito Federal.

En el cuadro 5, observamos la presencia de cinco escuelas que ofrecen programas de maestría en turismo, destacando que en términos generales en esta región sobresalen las materias optativas (26%); este nivel porcentual se da debido a los programas de maestría en administración con área terminal en hotelería y turismo de la Escuela Bancaria y Comercial, que cuenta con cinco asignaturas, 20 por ciento de su programa de estudios, así como la maestría en administración e innovación del turismo del IPN, que oferta 20 asignaturas optativas (77 por ciento), aunque no se deben cursar todas, pues como hemos visto dejan a la elección del estudiante aquellas que se adecuen mejor a sus necesidades.

Posteriormente, encontramos un área con ponderación alta de la que ningún programa prescinde, esto es, administración, la cual aparece con mayor frecuencia en el programa del Instituto de Estudios Superiores de Turismo (Iestur), con cuatro asignaturas (22 por ciento), que además se complementa con el área de administración

de empresas turísticas, con seis materias y 33 por ciento, por lo que en general, 55 por ciento del programa de esta institución se caracteriza por la adquisición de habilidades administrativas, dándole prioridad a las enfocadas en materia turística.

Asimismo, identificamos el programa de la Escuela Bancaria y Comercial con tres asignaturas orientadas al área administrativa en general, dejando de lado la administración en empresas turísticas, en comparación con el programa de la Escuela Panamericana de Hotelería, que aunque también cuenta con tres asignaturas de administración (33 por ciento), complementa con una materia (11 por ciento) la administración de empresas turísticas, al igual que la maestría en recreación de la Universidad YMCA, que cuenta con tres asignaturas (15 por ciento) de administración y una (5 por ciento) de administración de empresas turísticas.

Por último, el IPN, con una frecuencia en administración de dos materias (8 por ciento); pues considera más importante fortalecer las habilidades de investigación en sus estudiantes, con tres asignaturas (12 por ciento); criterio que comparten la Universidad YMCA (10 por ciento) y el Instituto de Estudios Superiores en Turismo (6 por ciento), al incluir esta área en sus programas.

Dentro de las áreas con ponderación media, se encuentra la mercadotecnia turística, donde es más relevante en el programa de la Escuela Bancaria y Comercial, con tres asignaturas (12 por ciento), seguido del Iestur, con dos (11 por ciento) y de la Escuela Panamericana de Hotelería (11 por ciento); comportamiento que llama la atención, puesto que en las regiones antes mencionadas la mercadotecnia se encontraba con ponderación alta, además de que fue identificada en casi todas las instituciones, a diferencia de esta otra, donde se presenta en tan sólo tres escuelas y no con una frecuencia significativa.

Nos percatamos además de dos áreas con ponderación media, que se orientan a una especialidad particular; éstas son recreación, la cual únicamente aparece en la maestría en recreación de la Universidad YMCA, con ocho asignaturas (40 por ciento) del total de su programa; área que aparece también en la región Noreste y que está adquiriendo relevancia en la actividad turística, así como la hotelería, por lo que esta área se manifiesta con tres materias en ambos

CUADRO 5

Resultados de la región Metropolitana

Áreas	Distrito Federal														Total	FR	%	Ponderación
	Escuela Bancaria y Comercial		Instituto de Estudios Superiores en Turismo		Instituto Politécnico Nacional		Escuela Panamericana de Hotelería		Universidad YMCA		Total		Total					
	FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%				
Optativa	5	20	0	0	20	77	0	0	0	0	0	0	0	25	26	Alta		
Administración	3	12	4	22	2	8	3	33	3	15	15	15	15	15	15			
Recreación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	40	8	8	8	8			
Administración de empresas turísticas	0	0	6	33	0	0	1	11	1	5	8	8	8	8	8			
Mercadotecnia turística	3	12	2	11	0	0	1	11	0	0	6	6	6	6	6	Media		
Hotelería	3	12	0	0	0	0	3	33	0	0	6	6	6	6	6			
Investigación	0	0	1	6	3	12	0	0	2	10	6	6	6	6	6			
Negocios	3	12	2	11	0	0	0	0	0	0	5	5	5	5	5			
Economía	4	16	1	6	0	0	0	0	0	0	5	5	5	5	5			
Proyectos turísticos	1	4	0	0	0	0	1	11	2	10	4	4	4	4	4	Baja		
Legal	1	4	1	6	0	0	0	0	1	5	3	3	3	3	3			
Comunicación	1	4	0	0	0	0	0	0	1	5	2	2	2	2	2			
Uso de tecnología	0	0	1	6	0	0	0	0	1	5	2	2	2	2	2			

CUADRO 5 (continuación)

		Distrito Federal												
		Escuela Bancaria y Comercial	Instituto de Estudios Superiores en Turismo	Instituto Politécnico Nacional	Escuela Panamericana de Hotelería	Universidad YMCA								
Áreas	FR	Maestría en administración, área hotelera y turismo	Maestría en planeación y desarrollo	Maestría en administración e innovación del turismo	Maestría en dirección hotelera	Maestría en recreación	Total	FR	%	Total	FR	%	Ponderación	
		FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	
Turismo	0	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Ecología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	1	Baja
Métodos cuantitativos	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	25	100	18	100	26	100	9	100	20	100	98	100	100	

*FR= frecuencia.

programas. Sin embargo, en su valor porcentual varía, de acuerdo con el número de asignaturas que tiene cada programa: para el de maestría en dirección hotelera se trata de 33 por ciento, mientras que para la maestría en administración con área en hotelería y turismo representa 12 por ciento.

Por otro lado, dos escuelas tienden a la especialidad en hotelería, por lo que se manifiesta esta área con tres materias en ambos programas. Sin embargo, varía en su valor porcentual de acuerdo con el número de asignaturas que tiene cada programa, por lo que para el de maestría en dirección hotelera representa 33 por ciento, mientras que para la maestría en administración con área en hotelería y turismo representa 12 por ciento. Por último, si se hace mención de las áreas con menor ponderación, surgen economía, proyectos turísticos, legalidad, comunicación, uso de la tecnología, turismo, ecología y métodos cuantitativos.

Una vez más, nos damos cuenta de que en el caso de las maestrías se da un panorama general de las áreas que complementan la actividad turística. No obstante, hay una ponderación más alta en aquellas áreas en las cuales se especializarán sus estudiantes, generando por ello una oferta académica con diversas orientaciones.

Región Centro-sur

Esta región de acuerdo con la ANUIES se integra por los estados de Guerrero, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala, de los cuales, para efectos de este estudio, se encontraron programas en Guerrero, Puebla y México.

Quedaron de manifiesto diversas orientaciones, principalmente la administración, sobresaliendo en el programa de la Universidad Anáhuac México Norte con una frecuencia de ocho materias (62 por ciento), seguida por la Universidad del Valle de México, con seis (25 por ciento) y la Universidad Cuauhtémoc, con cinco asignaturas (25 por ciento), además de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP), que cuenta con cuatro (10 por ciento) y la Universidad para el Desarrollo del Estado de Puebla (Unides), con

tres materias (17 por ciento). No obstante, aunque en algunos programas el área de administración no se toma en cuenta de manera general, sí se hace al hablar de administración de empresas turísticas, como lo es para el caso de la Universidad Autónoma de Guerrero, donde sus dos programas presentan una asignatura de administración de empresas turísticas; esto es, 11 por ciento de su programa. Posteriormente, identificamos, con ponderación alta, el área de mercadotecnia turística, donde se registra con mayor frecuencia en las maestrías cuyo nombre orienta precisamente hacia esta área, como es el caso de la maestría en desarrollo turístico con mención en mercadotecnia turística de la Universidad Autónoma de Guerrero, con 56 por ciento de su programa, la maestría en dirección estratégica de empresas turísticas de la UPAEP, con nueve asignaturas (23 por ciento), la Universidad Cuauhtémoc, con cuatro (20 por ciento), al igual que la Universidad del Valle de México.

Al analizar las áreas con ponderación media, surge el área negocios, que destaca en el estado de Puebla, pues se considera en los tres programas que ofrece, además de un programa del Estado de México, sin embargo nos hace pensar que en Puebla se concentran más en la generación de emprendedores y directores de los establecimientos donde se desarrollen actividades turísticas, que conlleva precisamente el manejo de los negocios que se ejecutan en este estado.

La UPAEP surge con la mayor frecuencia en este ámbito, considerando cinco asignaturas orientadas a los negocios; esto es, 13 por ciento de su programa, al igual que el conocimiento de métodos cuantitativos, enfatizando el vínculo entre ellos, pues para manejar adecuadamente un negocio se requieren técnicas cuantitativas que favorezcan su adecuado desarrollo. En esta área, encontramos también la Universidad de Ciencias y Desarrollo, con tres asignaturas (17 por ciento), al igual que la Universidad Cuauhtémoc, aunque esta última con 15 por ciento. En el Estado de México, la Universidad Anáhuac México Norte considera los negocios con una frecuencia de dos (15 por ciento) de su programa, lo que se fundamenta en su denominación como maestría en alta dirección de hoteles y restaurantes, ya que estos distintos servicios forman parte fundamental de los negocios ligados al turismo.

CUADRO 6

Ponderación de los resultados de la región Centro-sur

	Guerrero			Puebla			Estado de México			Ponderación									
	FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR		%								
Administración	0	0	0	4	10	5	25	3	17	8	62	0	0	6	25	26	18		
Mercadotecnia turística	5	56	1	11	9	23	4	20	1	6	0	0	0	0	4	17	24	17	
Negocios	0	0	0	5	13	3	11	3	17	2	15	0	0	0	0	0	13	9	
Turismo	0	0	3	33	3	8	1	5	0	0	0	3	27	1	4	11	8		
Investigación	1	11	1	11	4	10	2	10	1	6	0	0	0	1	4	10	7	Media	
Administración de empresas turísticas	1	11	0	0	2	5	2	10	3	17	0	0	1	9	1	4	10	7	
Optativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	38	9	6	
Métodos cuantitativos	1	11	1	11	5	13	0	0	1	6	0	0	0	0	0	0	8	6	Baja
Economía	0	0	0	0	2	5	1	5	2	11	0	0	0	0	0	0	5	3	
Áreas	FR*	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	Total	Total	

CUADRO 6 (continuación)

Áreas	Guerrero			Puebla			Estado de México			Total	FR	%	Ponderación					
	FR	%	Total	FR	%	Total	FR	%	Total									
Legal	0	0	0	1	3	1	5	1	6	0	0	1	9	1	4	5	3	
Proyectos turísticos	0	0	1	11	3	1	5	0	0	0	0	2	18	0	0	5	3	
Recreación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	36	0	0	4	3	
Relaciones sociales	0	0	0	2	5	0	0	2	11	0	0	0	0	0	0	4	3	
Uso de tecnologías	1	11	1	11	0	0	0	1	6	0	0	0	0	0	0	3	2	
Hotelería	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	15	0	0	0	0	2	1	
Geografía	0	0	1	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
Patrimonio turístico	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
Ecología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4	1	1	
Ética	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	0	0	0	0	1	1	
Total	9	100	9	100	39	100	20	100	18	100	13	100	11	100	24	100	143	100

* FR= frecuencia.

Como área con ponderación media, encontramos al turismo, el cual se presenta con una frecuencia de tres asignaturas para el programa de la Universidad Autónoma de Guerrero (33 por ciento), la Universidad Tecnológica Internacional (27 por ciento) y la UPAEP (8 por ciento); además, se incluye, aunque con menor frecuencia, en los programas de la UVM (4 por ciento) y de la Universidad Cuauhtémoc (5 por ciento). De la misma manera, identificamos la investigación como una asignatura con ponderación media, pues como lo hemos analizado en regiones anteriores, todo estudiante de posgrado requiere habilidades que lo hagan interesarse por el descubrimiento de nuevos conocimientos; así, la investigación se establece con 7 por ciento en la región, dentro de la cual las únicas instituciones que no la incluyen en su programa son la Universidad Anáhuac México Norte y la Universidad Internacional, ya que las demás instituciones, como podemos ver en el cuadro 6, la incluyen en frecuencias que van desde una asignatura hasta cuatro, para el caso de la UPAEP. Por último, nos parece conveniente mencionar el área de recreación que, aunque aparece con ponderación baja, resulta interesante ya que es una tendencia de la Universidad Tecnológica Internacional, dentro de su maestría en recreación laboral y turística, con una frecuencia de cuatro (36 por ciento), que se complementa con proyectos turísticos (18 por ciento). En particular, esta institución orienta su programa a un área distinta, la recreación, razón por la cual no estaba dentro de las ponderaciones altas.

Región Sur-sureste

Finalmente, la región Sur-sureste (siempre de acuerdo con la ANUIES) está integrada por los estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, de entre los cuales no se identificaron programas de posgrado en turismo en los estados de Chiapas, Oaxaca y Veracruz.

En el cuadro 7, observamos la ponderación y las orientaciones teóricas de cada uno de los programas de los distintos estados, resaltando nuevamente mercadotecnia turística, sobre todo en el pro-

grama de la Universidad del Valle de México, con 17 materias (71 por ciento), pues como se establece desde el nombre del programa, está orientado a la mercadotecnia de negocios turísticos. Siguiendo este rubro, aparece la maestría en mercadotecnia turística de la Universidad de Valladolid, Yucatán, con diez asignaturas (56 por ciento), así como la Universidad La Salle de Quintana Roo, con su programa en mercadotecnia turística, donde se presenta esta área con frecuencia de seis (29 por ciento). Pese a que no se considera como el área con mayor ponderación, los demás programas también la toman en consideración con dos asignaturas cada uno, representando porcentualmente 13 por ciento para los programas de gestión en empresas turísticas y la maestría en planeación y dirección de empresas turísticas y 9 por ciento para la maestría en turismo y dirección hotelera de la Universidad La Salle.

Como se puede notar, estos tres últimos programas muestran una tendencia para otras áreas, como es el caso de la maestría en turismo y dirección hotelera, donde su área con mayor ponderación se fundamenta precisamente en hotelería, mientras que los demás programas de esta región no la consideran.

De la misma manera, los programas del Instituto Campechano y la Universidad Anáhuac Mayab se orientan con mayor frecuencia a la administración, donde nueve materias (56 por ciento) pertenecen al primero, y cinco (31 por ciento), al segundo.

Sin embargo, si se contrapone lo que sucedió para el área hotelera, en este caso el área administrativa sí se toma en cuenta en todos los programas; la Universidad La Salle, en su programa de mercadotecnia, la abarca con cuatro asignaturas (19 por ciento), y en su programa de turismo y dirección hotelera con dos (9 por ciento), mientras que la Universidad del Valle de México y la Universidad Anáhuac la consideran únicamente como una asignatura.

Respecto a las áreas que se consideran también con una ponderación general media, se identifica la investigación, área que se hace presente en los programas de la Universidad La Salle, con cuatro asignaturas para sus dos programas, dos materias para el Instituto Campechano y una (4 por ciento) para el caso de la Universidad del Valle de México; las escuelas de Yucatán no la consideran dentro de sus programas.

CUADRO 7
Resultados de la región Sur-sureste

	Campeche			Quintana Roo			Tabasco			Yucatán			Ponderación	
	instituto Campechano	Universidad La Salle	Universidad La Salle	Universidad La Salle	Mercadoctenia turística	Mercadoctenia turística	Universidad Valle de México	Universidad de Valladolid, Yucatán	Universidad de Valladolid, Yucatán	Universidad de Valladolid, Yucatán	Mayab	Total		
Gestión de empresas turísticas	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%	FR	%
Mercadoctenia turística	2	13	2	9	6	29	17	71	10	56	2	13	39	33
Administración	9	56	2	9	4	19	1	4	1	6	5	31	22	19
Investigación	2	13	4	17	4	19	1	4	0	0	0	0	11	9
Economía	0	0	2	9	1	5	1	4	3	17	1	6	8	7
Administración de empresas	2	13	0	0	0	0	2	8	0	0	3	19	7	6
Legal	0	0	1	4	1	5	1	4	1	6	2	13	6	5
Proyectos turísticos	0	0	2	9	1	5	0	0	2	11	1	6	6	5
Hotelesía	0	0	5	22	0	0	0	0	0	0	0	0	5	4
Métodos cuantitativos	0	0	1	4	1	5	1	4	0	0	1	6	4	3
Turismo	0	0	2	9	2	10	0	0	0	0	0	0	4	3
Negocios	1	6	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0	2	2
Optativa	0	0	2	9	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Patrimonio turístico	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6	0	0	1	1
Relaciones sociales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6	1	1
Total	16	100	23	100	21	100	24	100	18	100	16	100	118	100

* FR= frecuencia.

Un aspecto que llama nuestra atención en esta región es la incorporación del área económica, pues es la única que en su ponderación media aparece con 7 por ciento general: la Universidad de Yucatán la considera en 17 por ciento; la Universidad La Salle con 9 por ciento en la maestría en turismo y dirección hotelera, y 5 por ciento en maestría en mercadotecnia turística; la Universidad del Valle de México en 4 por ciento, y se subraya que únicamente el Instituto Campechano prescinde de ella. Consideramos que este comportamiento se debe a la ubicación de la región, pues cuenta con una recepción altamente turística que debe ser manejada de manera adecuada con todos sus recursos. Sin embargo, nos percatamos una vez más de la ausencia del área ecológica, que debería ser muy importante para esta región, sobre todo para preservar los recursos con los que cuentan los estados, como playas, arrecifes, etcétera.

CONCLUSIONES

A lo largo de este estudio, se analizaron los programas de maestría en turismo en México, identificando que en este nivel educativo raramente se estipula el perfil profesional. No obstante, en la mayoría de los casos son congruentes los objetivos del programa con el perfil de egreso, lo que denota principalmente la adquisición de conocimientos que elevan su profesionalización y lo incorporan a un nivel laboral ejecutivo.

En este sentido, entendemos la orientación de cada programa como parte de un área específica de especialidad, resaltando en la mayoría de las regiones la mercadotecnia turística y la administración de empresas turísticas, aunque por otro lado aparecen nuevos enfoques turísticos, como es el caso de recreación en las regiones Noreste y Metropolitana, así como otras maestrías orientadas al desarrollo del turismo sustentable, y la gestión regional en el Centrooccidente; resulta relevante que haya instituciones que se centren en el desarrollo sustentable del turismo para permitirle su expansión controlada, cuidando de nuestros recursos, viendo más allá del valor monetario.

Como podemos observar, los programas de maestría en turismo en México cuentan con una amplia gama de opciones que van desde el conocimiento administrativo de las empresas turísticas hasta el desarrollo y gestión del turismo, dando la posibilidad a los interesados en estudiarlas a elegir la opción que más convenga a los intereses y necesidades tanto personales como organizacionales; todo lo anterior con el objetivo principal de elevar el nivel académico de quienes se encuentran laborando en esta área tan importante y estratégica.

BIBLIOGRAFÍA

- Barreto, M. (2003), *Turismo, patrimonio cultural de la sociedad*, en <<http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/hthhhBarreto.hm>>, consultado el 26 de noviembre de 2007.
- Bisquerra, R. (2000), *Métodos de investigación educativa. Guía práctica*, España, Grupo Editorial Ceac.
- Fernández, L. (1991), *Teoría y técnica del turismo*, tomo I, Madrid, Mundo Científico.
- García, J. (2003), *La educación comparada, amplitud y diversidad*, en <http://www.dict.uh.cu/Revistas/Educ_Sup/032003/Art040303.pdf>, consultado el 24 de abril de 2009.
- Manzo, L. N. Rivera y A. Rodríguez (2006), “La educación de posgrado y su repercusión en la calidad del profesional iberoamericano”, en *Revista Educación Media Superior*, vol. 20, núm. 3, La Habana, julio-septiembre de 2006.
- McIntosh, R., Ch. Goeldner y B. Ritchie (2007), *Turismo. Planeación, administración y perspectivas*, México, Limusa-Wiley.
- Medina, N. (2002), *Guía metodología para el diseño curricular dentro del modelo educativo flexible*, México, Universidad Veracruzana.
- Méndez, J. C. (2006), *Importancia de la administración dentro de la empresa*, en <<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/admcalpcs.htm>>
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2009a), “El turismo, motor de creación de empleo y estímulo económico”, comunicado de prensa.

sa de la OMT, en <http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=3891&idioma=S>, consultado el 5 de abril de 2009.

_____ (OMT) (2009b), “Barómetro OMT del turismo mundial. Comprometidos con el turismo y con el desarrollo del nuevo milenio”, vol. 7, núm. 1, Madrid.

Ortuño, M. (1976), *Introducción al estudio del turismo*, México, Porrúa.

Secretaría de Educación Pública (SEP) (2000), *Acuerdo 279*, en <<http://www.sep.gob.mx/work/appsite/dgajuridicos/10ac279.HTM>>, consultado el 15 de abril de 2009.