

AGENDA DE ESTUDIOS SOBRE ASUNTOS INSTITUCIONALES

**TENDENCIAS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN PROGRAMAS DE TURISMO
EN EL ÁMBITO REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL**

TATIANA ANDREA MUÑOZ VÉLEZ

AMANDA STELLA VALDERRAMA CASTAÑEDA

2018

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN

2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. Evolución histórica del pensamiento turístico	7
2.2. La visión del turismo desde diferentes perspectivas	11
2.3. Tendencias del turismo en la modernidad y la posmodernidad.....	12
2.4. Recuento histórico de la evolución de la formación en turismo	15
2.5. La visión interdisciplinaria del turismo desde la investigación	17
2.6. Contexto histórico de la producción académica en el turismo	18
2.7. El capital humano en el turismo	20
2.8. Sobre los empleos y estudios en turismo	20
3. OBJETIVOS.....	23
3.1. Objetivo general.....	23
3.2. Objetivos específicos	23
4. METODOLOGÍA.....	24
5. RESULTADOS	25
5.1. Programas técnicos profesionales y tecnológicos en turismo en el contexto nacional.....	26
5.1.1. Análisis de la oferta académica colombiana a nivel técnico profesional turismo	26
5.1.2. Análisis de la oferta académica colombiana a nivel tecnológico en turismo.	30
5.1.3. Análisis de la oferta académica nacional e internacional a nivel profesional en turismo	36
5.1.4. Programas de posgrado en turismo en el contexto nacional	74
5.2. Sondeo de planes de estudio de programas de turismo en Colombia acreditados en alta calidad	79
5.2.1. Programas de turismo en Colombia acreditados en alta calidad.....	79
5.2.2. Planes de estudio y perfil del egresado de los 4 programas acreditados en el país	80
5.3. Análisis de los referentes conceptuales institucionales y empresariales en torno a las tendencias del turismo.....	89
5.3.1. Contexto organizacional desde las instituciones y las empresas con respecto al turismo	90
6. CONCLUSIONES	105
BIBLIOGRAFÍA.....	108

Tabla de tablas

Tabla 1 Cantidad de programas según distribución regional	27
Tabla 2 Naturaleza de la institución	27
Tabla 3 Naturaleza de las instituciones por distribución regional	29
Tabla 4 Carácter académico de las Instituciones.....	29
Tabla 5 Modalidad y cantidad de los programas.....	30
Tabla 6 Programas según distribución regional	32
Tabla 7 Carácter de las Instituciones- Programas Tecnológicos	33
Tabla 8 Carácter de las instituciones por departamento- Programas Tecnológicos	34
Tabla 9 Carácter Académico de las Instituciones - Programas Tecnológicos.....	35
Tabla 10 Modalidad de los Programas – Programas Tecnológicos.....	36
Tabla 11 Cantidad de instituciones analizadas	38
Tabla 12 Carácter de la Institución	38
Tabla 13 Carácter de las instituciones por país	39
Tabla 14 Modalidad del programa	39
Tabla 15 Oferta de programas – Chile.....	44
Tabla 16 Naturaleza de las instituciones- Chile	44
Tabla 17 Listado de Universidades y Programas- Colombia	45
Tabla 18 Oferta de instituciones por ciudades- Colombia	46
Tabla 19 Listado de Universidades y Programas-México.....	49
Tabla 20 Oferta de Instituciones por ciudades- México	50
Tabla 21 Instituciones Acreditadas - México.....	52
Tabla 22 Naturaleza de las Instituciones- México.....	54
Tabla 23 Listado de Universidades y Programas- Perú.....	56
Tabla 24 Oferta de instituciones por ciudades- Perú.....	56
Tabla 25 Acreditación de programas por ciudad- Perú.....	57
Tabla 26 Relación entre la acreditación y naturaleza de las instituciones- Perú	60
Tabla 27 Listado de Universidades y Programas- Argentina	61
Tabla 28 Título otorgado programas - Argentina	62
Tabla 29 Relación entre duración y título otorgado-Argentina.....	62
Tabla 30 Naturaleza de las instituciones- Bolivia.....	63
Tabla 31 Duración de los programas de acuerdo a la denominación del programa- Bolivia	64
Tabla 32 Oferta de programas según universidades - Costa Rica.....	64
Tabla 33 Especificaciones de instituciones y programas- Costa Rica.....	65
Tabla 34 Listado de universidades y programas - Ecuador	66
Tabla 35 Estado de los programas - Ecuador	67
Tabla 36 Listado de instituciones y programas- República Dominicana	68

Tabla 37 Naturaleza de las Instituciones- República Dominicana	70
Tabla 38 Oferta de programas - España	71
Tabla 39 Discriminado de programas y su duración en años-España	72
Tabla 40 Agrupación de programas según su duración – España.....	72
Tabla 41 Agrupación de programas según su modalidad - España	73
Tabla 42 Cantidad de instituciones analizadas con programas de posgrado en turismo...	75
Tabla 43 Universidades y oferta de programas de posgrado por ciudad.....	76
Tabla 44 Nivel de formación de los programas de posgrado.....	77
Tabla 45 Metodología de los programas	77
Tabla 46 Sector al que corresponden las instituciones analizadas.....	78
Tabla 47 Instituciones Acreditadas- Colombia.....	79
Tabla 48 Plan de estudio Universidad Externado de Colombia.....	82
Tabla 49 Plan de estudio - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.....	86
Tabla 50 Planes de desarrollo.....	104

Tabla de gráficos

Gráfico 1 Naturaleza de las Instituciones	27
Gráfico 2 Modalidad de los programas	30
Gráfico 3 Carácter de la Institución	33
Gráfico 4 Modalidad de los programas – Programas Tecnológicos.....	35
Gráfico 5 Cantidad de programas acreditados en alta calidad	40
Gráfico 6 Duración general de los programas- Colombia.....	47
Gráfico 7 Modalidad de educación- Colombia.....	47
Gráfico 8 Naturaleza de las Instituciones- Colombia.....	48
Gráfico 9 Acreditación en Alta Calidad- México	51
Gráfico 10 Modalidad de educación- México	54
Gráfico 11 Acreditación en alta calidad - Perú.....	58
Gráfico 12 Representatividad de la duración de programas ofertados- Perú.....	59
Gráfico 13 Naturaleza de las instituciones- Argentina.....	61
Gráfico 14 Duración de programas académicos- Ecuador.....	66
Gráfico 15 Modalidad de programas ofertados- República Dominicana.....	68
Gráfico 16 Acreditación de los programas- República Dominicana	69
Gráfico 17 Naturaleza de las instituciones- España	71
Gráfico 18 Modalidad de los programas – España.....	73
Gráfico 19 Acreditación de los programas- España	73
Gráfico 20 Programas con Registro Calificado.....	78
Gráfico 21 Acreditación en Alta Calidad- Colombia.....	79

Tabla de figuras

Figura 1 Plan de estudio - Fundación Universitaria Los Libertadores	87
Figura 2 Plan de estudio - Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.....	89
Figura 3 Macro competencias - Tuning Educación Superior en América Latina	96

INTRODUCCIÓN

Las tendencias del turismo se convierten en tema de análisis para empresas e instituciones que tienen relación directa o indirecta con este sector, visto para muchos como una de las actividades económicas más sustentables y con un gran potencial para ser desarrollado por quienes han identificado claramente sus fortalezas como destino y han trabajado arduamente en sus debilidades. Al mismo tiempo la indagación a documentos de entes públicos y privados dan cuenta de las tendencias desde las regulaciones y políticas creadas.

Desde el marco teórico se vislumbra en todo momento un abordaje multidisciplinario del turismo, lo cual lo convierte en un sector afectado directamente por los cambios de la globalización e influido por otras disciplinas, donde se ven las ciencias sociales como un eje orientador. Además de que entran de forma fuerte las nuevas sociedades de consumo que llevan al sistema turístico a realizar otro tipo de lecturas del mercado. Según Jurdao como se cita en Arnaiz Burne, Anaya Rodriguez, & Ruiz Hermoso (2016) la nueva sociedad genera la transformación de los espacios, sus usos y el rol del nuevo turista.

De otra parte, están las tendencias en la educación superior, definidas desde los mismos énfasis de los programas de Turismo en los ámbitos regional, nacional e internacional, de forma tal que proporcionan elementos que posibilitan la articulación de la academia con la empresa, para que los profesionales que salgan al medio empresarial e institucional puedan hacer frente a los retos que proponen las mismas tendencias y de esta forma puedan responder por las exigencias que se les planteen.

Surgen también consideraciones que sustentan la necesidad de indagar en el papel que desempeña el talento humano en el sector turismo, como una de las mayores “herramientas” y estrategias para el servicio y como satisfacción del turista. Según Lillo Bañuls, Ramón Rodríguez, & Sevilla Jiménez, (2007) el capital humano debe desarrollar competencias del ser, saber y hacer y es acá donde debe entrar la academia a liderar y a formar a este personal.

Es así como desde este trabajo se hace un recorrido donde se puede ver la transformación del pensamiento con respecto al turismo, hasta desembocar en lo que es la formación profesional en este campo y los programas a nivel nacional e internacional que le han apostado al turismo.

2. MARCO TEÓRICO

La construcción del marco teórico se aborda desde diversos contextos que llevan a comprender la evolución del turismo y sus dinámicas, las cuales confluyen en las diferentes tendencias desde la mirada de los académicos que se pueden apreciar en el recorrido realizado a través de la lectura y el análisis de artículos de investigación.

2.1. Evolución histórica del pensamiento turístico

Derivado de la indagación y el análisis realizado a diferentes fuentes bibliográficas, se presenta un consolidado acerca de la evolución del pensamiento turístico y las diferentes visiones que se han generado a través de la historia, en el que el turismo se ha visto afectado por diversos cambios económicos y psico sociales, así como el crecimiento de las ciudades, los cambios culturales, las formas de desplazamiento y relaciones entre anfitrión y visitante. Es importante tener el pasado como referente, dado que permite comprender el tránsito por las diferentes situaciones que se van incorporando a estas dinámicas y que requieren de diferentes maneras para comprenderlo.

De acuerdo a la búsqueda realizada, se encontró que durante la primera generación del pensamiento social del turismo surgieron 3 corrientes:

- a) en esta corriente Scullerm (1911) define el turismo como un hecho económico. Este fenómeno es visto como un factor determinante en el crecimiento económico ya que aún no es claro su papel en el desarrollo, y es considerado como redistribuidor del gasto y como generador de divisas (Fernández Fuster, 1985).
- b) la corriente cinética define al turismo como un hecho de movimiento. En 1929 Schwink concibe el turismo como “movimiento de personas que abandonan

temporalmente su residencia habitual por motivos relacionados con su espíritu, cuerpo o profesión”.Jimenez Guzman (1990), retoma la definición de Bormann con el movimiento de forasteros.

c) la corriente psico-social entiende el turismo como tendencia democratizadora paralelo a las luchas sociales y como un fenómeno de consumo turístico. Esta corriente surge en los 30's con autores alemanes y suizos como Morgenroth y Stradner. En este periodo el turismo es visto como una actividad asociada al estatus en el que se ve relacionado con las actividades sociales masivas. Thomas Cook es considerado el primer pensador de esta corriente, quien es pionero en el movimiento masivo de visitantes por motivos religiosos con el Grand tour, noción que en la actualidad permanece. Stradner 1899 citado en Arnaiz Burne & Cesar Dachary (2006).

Posterior a este pensamiento surge la escuela humanística la cual articula las corrientes cinética y psicosocial. Tuvo como fundadores a Walter Hunziker y Kurt Krapf quienes realizaron un análisis integrado del turismo definiéndolo como *“un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivadas por el lucro”* (Knebel 1974). Esta corriente humanista pasó de pensar el turismo de un movimiento de forasteros a un fenómeno complejo haciendo eje central en esta perspectiva al turista sobre los pobladores del destino.

Dachary y Arnaiz (2005) revelan que el origen del análisis sociológico del turismo se podría encontrar en el trabajo de Johan Huizinga “Homo Ludens” escrito en los 30's, que imprime una visión interdisciplinaria entre la sociología, la antropología y la historia. Según Knebel (1974) citado en Arnaiz Burne & Cesar Dachary (2006).

Esta perspectiva de lo lúdico como una condición innata de la libertad, se asocia a una conducta diferente del hombre en un periodo determinado en el que él rompe con su cotidianidad, desprovisto de todo interés material con sus propios presupuestos de tiempo y espacio para integrar nuevos grupos sociales con características especiales: los vacacionistas.

Otros estudios que teorizan un poco más sobre las corrientes psicosocial y humanística son:

- Sociología del turismo (Krapf 1950)
- El impacto social (Butler 1974)
- Las visiones del turismo desde el ángulo de la efectividad (T. Tyblewski 1978)
- Las matrices de comportamiento de los sujetos en la relación social turística (Cohen 1985 y Baldion 1976)
- Los aspectos étnicos del turismo (Van der Bergue 1980)
- La ritualidad (MacCannell 1976)
- La psicosociología (Stringer y Fridgen 1984)

Se observa que los estudios modernos como los de Hunziker y Krapf definen al turismo como un fenómeno económico-social, dándole a lo económico el mayor peso en relación con lo social.

Desde otra perspectiva, Fernández Fuster como se cita en Dachary & Arnaiz Burne (2006) plantea que la evolución del pensamiento turístico se divide en cuatro generaciones. El autor, es conocido como uno de los pensadores con mayor trayectoria en España, país precursor del turismo masivo; este autor divide la evolución del pensamiento turístico – Etapa del turismo de masas - en cuatro generaciones:

La primera generación inicia en el siglo XX con una duración aproximada de 5 décadas, comenzando en 1900 y finalizando en 1950, cuando se sientan las bases de los estudios y se generan enfoques para este. En los 20's se incluyen los estudios en economía de empresas y economía política. En 1929 Morgenroth aborda el estudio de los motivos del viajero planteando como definición sobre el tránsito de forasteros *“tránsito de personas que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diversos tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”*.

En 1931 Bormann agrega un nuevo elemento a esta generación: *el origen del viaje*, considerada como una situación especial que define como *“los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo”*.

En el mismo periodo, Leopold Von Wiese afirma que *el término extranjero evoluciona de ser algo hostil a un culto de su presencia cuando se obtenía provecho de esto*. El autor plantea que los forasteros se dividen en 3 grupos, a) los que llegan a un lugar extraño con poder como los conquistadores, b) los que pasan y no quieren tener vinculación con el lugar, c) el huésped que llega y tiene trato con los lugareños. (Arnaiz Burne & Cesar Dachary, 2006)

Glucksmann introduce una definición que se reconoce como una de las primeras definiciones sociológicas del turista ya que logra integrar las relaciones sociales que se generan entre el visitante y el receptor *“el movimiento de viajeros es la suma de las relaciones entre las personas que realizan su estancia en un lugar con los habitantes habituales de este”*.

La segunda generación se dio entre los años 50's y 70's y se denominó la “industria sin chimeneas” en la que se pretende comprender al turismo como una industria que no genera impactos; la tercera comprende la década de los 70's y la cuarta toma las dos últimas décadas del siglo; las últimas dos etapas se consideran como un nuevo enfoque del pensamiento turístico ya que inicia una crítica sobre las implicaciones del turismo como los costos de este y la perspectiva ambiental para brindar otras interpretaciones al estudio del turismo.

En esta misma línea de pensamiento, se transita al pensamiento moderno del turismo, con uno de sus principales exponentes Jafari (2005) quien plantea la existencia de diferentes grupos de pensadores y diferentes visiones del turismo para lo cual expone cuatro perspectivas e introduce la palabra “plataforma”.

1. Plataforma defensora que toma como eje la escuela económica, ya que el turismo comienza a ser una actividad importante para la economía de algunos países y un complemento para otros (tercer mundo).
2. Plataforma advertencia que comienza con la crítica al desarrollo económico y con la irrupción de ideas ecologistas.
3. Plataforma de adaptación que aborda temas pertenecientes al ambientalismo en el que el turismo toma comunidades pequeñas y se hace evidente las dificultades en los grandes centros turísticos.
4. Plataforma basada en el conocimiento que sistematiza la visión académica y científica del fenómeno turístico; planteando una visión holística del turismo.

2.2. La visión del turismo desde diferentes perspectivas

Para comprender el concepto turismo, se hace necesario entenderlo desde diferentes visiones, constituyéndose en un fenómeno que toma diferentes perspectivas, es decir, que propone un abordaje multidisciplinario. Las ciencias sociales se convierten entonces en un eje orientador para su abordaje.

Definir el turismo es una acción sumamente compleja. Las ciencias jurídicas, las administrativas y otras conexas pueden describir el funcionamiento del turismo, aunque es a partir de disciplinas como la geografía, la sociología o la economía incluso la filosofía, que se podría conceptualizar alrededor del tema.

El turismo visto desde los aspectos legales permite una serie de libertades entre ellos derechos fundamentales de los sujetos – libre desplazamiento y desarrollo de actividades de descanso y entretenimiento al interior de un territorio-, así como la inserción laboral y el acceso a servicios sociales según las condiciones que defina cada país (Hiernaux-Nicolas, 2016).

Las *ciencias administrativas* se convierten en una base para llevar al turismo a un campo profesional y se constituye como el eje orientador de la profesión de quienes toman el turismo como campo de formación.

Desde la *perspectiva económica*, el turismo es visto como un factor de intercambio que afecta positivamente la economía de un país, contribuyendo en gran medida al desarrollo de las regiones y que incentiva las economías locales y globales. El turismo es considerado como un inductor de la actividad económica, que genera mayor empleabilidad, define modelos para las economías emergentes, brinda estabilidad a las economías sólidas y puede consolidarse como un modelo alternativo para algunas economías.

2.3. Tendencias del turismo en la modernidad y la posmodernidad

A través del recorrido por la evolución que diferentes pensadores han planteado acerca del turismo, se observa que el turista incide profundamente en la forma de pensar el turismo. Es él quien muestra sus preferencias y quien define tendencias, en la medida que es afectado directamente por su entorno, las dinámicas sociales con todas sus implicaciones y las diferentes tendencias que van marcando cada periodo, como globalización, sostenibilidad, tecnología, experiencia, entre otras. Resultado de esta dinámica y de las necesidades del nuevo turista, surgen de él nuevas formas de hacer turismo. Las tendencias se pueden relacionar directamente con lo moderno y lo posmoderno, lo que lleva al turista a elecciones o enfoques de acuerdo a su actitud frente al turismo.

Se resalta que, en este recorrido realizado, se encuentra el desarrollo sostenible como la base del turismo del nuevo siglo y la tecnología la cual surge en la era pos industrial confluyendo con la época en la que el turismo se convierte en una posibilidad de inversión, aunque de difícil control. Para las empresas, ésta se contempla como una opción para reducir costos y para los turistas una posibilidad de recibir ofertas (César Dachary & Maris Burne, 2004). Se observa entonces como la tecnología incide en la transformación del turismo como fenómeno complejo y como una forma de conectar a las personas con todos los aspectos de la vida cotidiana, lo que da pie para evaluar la conducta de los consumidores desde el conocimiento de sus preferencias y sus gastos recurrentes.

Como consecuencia de esta tecnología surge la clasificación de ciudades inteligentes, lo cual se da en zonas urbanas, y permite hacer seguimiento permanente a las urbes y los servicios ofrecidos en ellas, incluidos aspectos naturales como mares y ríos. Igualmente, consecuencia positiva de esta tecnología es la facilidad que tiene el turismo emisor para evaluar los destinos receptivos y tomar medidas frente al turismo nacional. La tecnología se convierte en un mediador de la sociedad, el estado y el mercado, al intervenir en tiempo real a través de las redes sociales y los aspectos ya mencionados.

Las nuevas sociedades de consumo desde las redes sociales llevan al sistema turístico a realizar otro tipo de lecturas del mercado. Según Jurdao como se cita en Arnaiz Burne, Anaya Rodriguez, & Ruiz Hermoso (2016) la nueva sociedad genera la transformación de los espacios, sus usos y el rol del nuevo turista.

A partir de las dinámicas en las que se mueve el turismo se desprenden dos momentos para este:

a) turismo y la modernidad como una forma de pensamiento que parte de la corriente psicosocial, entendida como una fuga del hombre de la rutina, que está relacionada con el concepto de autenticidad. En contraposición a esta tendencia del turista, el destino, espacio en el que se concentra la oferta, en ocasiones no expone ningún tipo de autenticidad y causa frustración en el turista quien encuentra una falsa realidad.

Surge entonces el paradigma del turismo en situaciones posmodernas (Olsen, 2002, pág. 163) en el que la autenticidad es positiva y la representación es negativa. Desde la representación surgen 2 divisiones: la representación encubierta vista como una forma de fabricación y la actuación representada la cual está distanciada de la realidad y cuya intención es atraer al turista y que este consuma. Estas representaciones pueden verse como lugares, objetos, eventos desplazados o simulados.

De otra parte, el turismo puede ser asumido desde la realidad tangible, y desde la fantasía. Estas dos posiciones permiten el descubrimiento de otras opciones; selvas, culturas olvidadas y alternativas de la tecnología y las ciudades.

b) Turismo y posmodernidad como otra forma de pensamiento implícita en la globalización, que toca aspectos culturales, personales e información que conlleva a la homogeneización mundial. Ritzer (1993) citado en Cohen (2005, pág. 15).

La posmodernidad, donde se dan las mezclas híbridas en diferentes contextos, ha influido en los viajes de placer, de forma negativa, generando poca sorpresa y poca identidad. También se concibe por algunos autores como “la era de la simulación” Baudrillard (1988) citado en Cohen (2005, pág. 15), “la generación de modelos sin origen o realidad: la hiperrealidad” (Ibíd.); es un mundo de copias sin originales, y por ello sin autenticidad.

De otra parte, desde el paradigma antropológico se habla del miedo que tiene el turista a los espacios desconocidos, como una forma de evadir la falta de cultura y el miedo a lo desconocido. Para contrarrestar esta condición emergen destinos que, aunque son desconocidos, recrean elementos familiares para propiciar ambientes amigables.

Paradójicamente, los lugares recreados de fantasía, a veces limitan la experiencia real, creando el contraste entre el viajero quien quiere experimentar lo nuevo y el turista, quien por su parte es dado a disfrutar lo que le ofrece el destino. Una de las características del turista, es su actitud ante los lugares que visita y ante las personas que lo atienden, donde le gusta ser mirado en un nivel más alto, y recibir tratos diferentes al de su lugar de origen, donde pasan desapercibidos. Esto es más recurrente con turistas que vienen de países desarrollados (colonizadores).

Según Cohen (2005) los turistas podrían responder a esta tendencia de la posmodernidad de la siguiente forma:

1. Podría surgir el pos turista, que según Ritzer y Liska (1997) citado en Cohen, 2005 (pág. 15) enfrentaría las limitaciones en las experiencias que quieren vivir, donde no hay autenticidad.

2. Viven experiencias “extraordinarias” pero simuladas tecnológicamente (caso de los parques temáticos).

3. La búsqueda de experiencias extraordinarias, podrían aparecer en regiones inaccesibles o el espacio, pero que requieren de otras condiciones, recursos financieros, destrezas, etc.

El posturista surge entonces como un consumidor de la cultura contemporánea ya que su búsqueda se limita a espectáculos musicales, teatrales o artísticos distintivos, festivales culturales, exhibiciones, ferias, modas. En el turismo contemporáneo, lo extraordinario es poco apreciado. Asociado a este tipo de turista, se asume que aunque no hay una discriminación de clases sociales, si se requiere de recursos económicos para su participación

2.4. Recuento histórico de la evolución de la formación en turismo

Derivado de la verificación bibliográfica se identifica que los cambios y transformaciones políticas han ido de la mano con respecto a los cambios dados en el ámbito del turismo; se observa que España ha sido pionero en los estudios de formación en Turismo. Es allí, donde aparece la primera escuela de turismo entre los años 1957 y 1958, con formación en educación técnica. La iniciativa de brindar esta formación surge en 1957 del Centro Español de nuevas profesiones - CENP - dando lugar a la aparición de nuevos puestos de trabajo en los 60 y por ende a la formación de personal que ocupara puestos técnicos durante el boom del turismo. En 1962 entra en funcionamiento el Instituto de Estudios Turísticos y luego las escuelas de turismo y hostelería repartidas por las principales capitales de provincia, Sánchez (2001) como se cita en César Dachary & César Arnaiz (2016).

En 1963 se creó la Escuela Oficial de Turismo la cual tuvo su sede en Madrid e inició sus cursos en el año escolar 1963 y 1964. El decreto de creación de la Escuela como su reglamento, preveían la creación y homologación de Centros no oficiales de especialidad similar, que podrían impartir las enseñanzas turísticas previa

homologación por parte del entonces Ministerio de Información y Turismo (César Dachary & César Arnaiz, 2016, pág. 10).

El título que se daba era el de Técnico en Empresas Turísticas (TET), y se trataba de un título profesional que no tenía reconocimiento por parte del Ministerio de Educación y Ciencia pero que capacitaba a quienes se iban a dedicar profesionalmente a actividades relacionadas con el tráfico turístico.

En 1980 se crea la carrera de Técnico en Empresas y Actividades Turísticas, cuyo plan de estudios se aprobó el 24 de octubre del mismo año. Los estudios eran reconocidos por el Ministerio de Educación y Ciencia que le otorgaban la equivalencia a una Diplomatura Universitaria.

Se aprecia, por ejemplo, como a finales de la década de los 80's con la caída del muro de Berlín y diversos sucesos internacionales, surge la necesidad de definir campos más especializados e interdisciplinarios en el turismo y es aquí cuando en el 2010 a partir del Plan Bolonia surge en las universidades españolas y europeas el título de Grado en Turismo.

En Gran Bretaña, el turismo no trasciende en el campo laboral quedando relegado. La educación surge en función de los recursos humanos. Amoah y Baum (1997) como se cita en César Dachary & César Arnaiz (2016).

En el Reino Unido y otros países, persiste el debate del turismo como disciplina o no y por lo tanto no tiene relevancia académica al no ser reconocido por los gobiernos. La tendencia es usar el recurso humano desde la experiencia laboral y con entrenamiento específico, dado que consideran que no requiere otros conocimientos. Regalado y Oré (2009) como se cita en (César Dachary & César Arnaiz (2016).

Estas transformaciones y prácticas revelan necesidades que van moldeando tendencias. Según César Dachary & César Arnaiz (2016), consideran a los expertos ingleses Amoah y Baum como los proponentes de un modelo propio para la

definición de una política de educación turística, en la cual confluyan el turismo y la educación, viendo en ambos sectores sus aspectos dinámicos influenciados por entornos políticos y económicos. Para Gough y Scott (1999) la gestión de la educación siempre debe estar contextualizada en el país, sus regiones y lo local. Además, enfatizan sobre la necesidad de conocer las expectativas de los jóvenes frente al desarrollo del país.

Los estudios revelan que para el 2014 entre las 11 profesiones más demandadas en Europa y que concentran un poco más de un tercio de los profesionales ocupados en el país, no figura el turismo pese a que es un gran empleador.

2.5. La visión interdisciplinaria del turismo desde la investigación

La dificultad para abordar el turismo desde la investigación radica en su cambiante forma, debido a la variedad de elementos que inciden en él, dependiendo del contexto y las diferentes situaciones, además de la interdisciplinariedad que proyecta, dada su dependencia de otras áreas del conocimiento.

Para Arnaiz Burne, S. M., Anaya Rodriguez, L. A., & Ruiz Hermoso, F. J. (2016) la principal forma de enseñar es la investigación, reconociéndola como la forma de transformar la realidad. Sin embargo, se observa que hay un desconocimiento teórico del turismo para abordar sus estudios, ya que este debe alimentarse de otras disciplinas transversales. Por este hecho la formación se queda en lo técnico, dándole connotación de oficio. Además, no hay un énfasis o profundidad en temáticas que permitan la especialización o cualificación de los sectores. Esto hace necesaria la multi - disciplinariedad desde análisis profundos de los aspectos que convergen en él; entre estos la globalización, el capitalismo, el poder estructural y la justicia social.

Los autores enfatizan en la carencia de un objeto de estudio del turismo, ya que este parte de una visión simplista al abordar aspectos relacionados estrictamente con la actividad turística y el destino, desconociendo otras miradas y factores que intervienen en el desarrollo turístico.

La necesidad de una visión interdisciplinaria lleva a los autores a identificar tres problemas desde los cuales partiría la investigación en el turismo:

1. El objeto de estudio del turismo
2. El enfoque interdisciplinario y la profundidad temática (marco teórico)
3. La metodología de la investigación como integración de las diferentes visiones que aportan las disciplinas al turismo

Las problemáticas mencionadas, se ven orientadas a elaborar una metodología y fundamentación teórica propia del objeto de estudio del turismo que lleven a conocer los impactos desde lo social, económico y ambiental.

Para conceptuar el turismo, Arnaiz Burne, S. M., Anaya Rodriguez, L. A., & Ruiz Hermoso, F. J. se refieren a 3 de los aspectos más relevantes desde la concepción de este, como modelo y parte de un sistema y no como un servicio: la primera *“la sociedad asimétrica contrastada”* el contraste entre la realidad de los turistas y la de los trabajadores; la segunda *“una cultura reemplazada”* como se disfrazan los destinos para poder responder a la demanda y se disocia de la realidad; la tercera *“la mono producción”* el desplazamiento de los campesinos de sus actividades laborales, a una actividad servil producto de una economía dominante que para subsistir los obliga a insertarse en el nuevo sistema.

2.6. Contexto histórico de la producción académica en el turismo

Arnaiz Burne, S. M., Anaya Rodriguez, L. A., & Ruiz Hermoso, F. J. (2016) realizan un recuento sobre la evolución del conocimiento desde las tendencias más marcadas para el abordaje del turismo y las diferentes disciplinas. En los 70's las temáticas fueron la sociología, geografía y antropología. En los 80's evoluciona hacia los temas económicos, socio económicos y de gestión y empiezan a surgir temas culturales y medio ambientales. En los 90's la tendencia es hacia la especialización debido a la crisis política y se avanza hacia la tecnología. Respecto a la producción académica en la investigación en turismo, se encuentra que a finales

de la década de los 90's la producción en Latinoamérica era escasa, pero si era objeto de estudio de parte de los académicos del turismo.

Según Xiao y Smith (2006) comentado en Ballantyne, Packer, & Axelsen (2009, pag. 2) Al inicio del nuevo siglo se evidencia una variada reagrupación temática en relación a las tendencias de la investigación en turismo:

- Tipología de turistas /Comunidad y desarrollo/ Experiencias
- Productos alternativos, aspectos y cambios socioculturales, regiones
- Geopolítica, literatura
- Investigación
- Métodos, marketing, gestión y medioambiente

Para Ballantyne, Packer, & Axelsen, (2009) el tema más frecuentemente publicado en la revista Estudios Turísticos aborda como temática a los *visitantes*: estos artículos se centran en comportamientos, preferencias y perspectivas de los turistas / visitantes y representaron el 11% de todas las publicaciones .En la temática de *planificación turística* e consideran los tópicos: desarrollo turístico, estrategias, predicción y pronóstico; para los *destinos*: imagen de destino, gestión y desarrollo; para el *marketing* se consideran: segmentación y promoción. Cada uno representó el 9% de los artículos. Juntos, estos cuatro temas principales representaron el 37% (más de un tercio) de todos los artículos.

Con relación a las temáticas más publicadas y los métodos utilizados se tiene: *visitantes* utiliza el enfoque cuantitativo, *destinos* utiliza diseños cualitativos y *planificación turística* utiliza diversos métodos.

En cuanto a las revistas que publicaron estudios en turismo, el Journal of Travel Research publicó principalmente estudios de EE. UU. (47%); Tourism Management publicó artículos del Reino Unido (24%), Europa (22%) y Asia (24%); y Annals of Tourism Research publicó igualmente en toda la gama de países. Se observa, además, que las publicaciones en el continente Americano disminuyeron mientras que en Europa aumentaron. En la actualidad la tendencia en la producción

académica en turismo, transita entorno al mercado, la competitividad y la sustentabilidad.

2.7. El capital humano en el turismo

La cualificación del talento humano se convierte en un factor crucial que incide en la competitividad de las empresas. Esta cualificación les permite generar un valor agregado que les da un elemento diferenciador, constituyendo al capital humano en la fuerza laboral que desde los conocimientos, habilidades, aptitudes y destrezas desarrolladas por las personas ayudan a la transformación de las organizaciones.

De igual forma los cambios en el sector turístico han requerido de personal más cualificado, dadas las cambiantes dinámicas orientadas a la sostenibilidad y los destinos que han originado consciencia en las personas al estar más sensibilizados con respecto al tema del medio ambiente, lo socio cultural y la realidad económica.

Según Lillo Bañuls, Ramón Rodríguez, & Sevilla Jiménez, (2007) el capital humano debe desarrollar competencias del ser, saber y hacer. En cuanto a las competencias personales, se trata de generar habilidades para que las personas socialicen y aprendan, aplicando su sentido común de forma tal que puedan trabajar en equipo, resolviendo diferencias. Con relación a las competencias específicas hay una cualificación del capital humano que los debe llevar a operar tecnologías o procesos determinados. Con respecto a las competencias disciplinares, se requiere el uso de conocimientos específicos en el área de formación.

2.8. Sobre los empleos y estudios en turismo

Frente a la relación que se teje entre el turismo como un oficio y la formación profesional, se encuentra que tradicionalmente tal y como lo referencia César Dachary & César Arnaiz (2016), la época del auge del empleo en el turismo se dio cuando este era considerado un oficio. El problema inicia cuando el turismo pasa a ser una profesión disciplinar en las universidades y trata de romper este esquema tradicional.

Según César Dachary & César Arnaiz (2016), la razón de esta situación, es la dificultad en cuanto a la relación que hay entre la formación profesional y el empleo, ya que la mayoría son reemplazados por tecnologías. Sin embargo, la empleabilidad se constituye en un factor relevante ya que permite inferir la corresponsabilidad entre la formación, el gobierno y la empresa y entender si hay coherencia entre los actores a nivel económico, social y profesional. España es un referente del sector a nivel mundial en cuanto a la correspondencia entre la formación en turismo y las opciones de empleo. En esta línea de pensamiento, México, país líder en turismo en Latino américa, presentó una merma de inscripciones para estudios en turismo.

Como se observará a continuación, los autores exponen algunas razones por las cuales no se observa coherencia entre la necesidad de cualificar al talento humano y la situación del empleo:

- Al ser considerado oficio su aplicación se resume a hoteles, agencias, restaurantes y algunos productos turísticos propios. Entre más se cualifican las personas, menos solicitados son.
- Como el turismo carece de una ciencia de respaldo para la investigación, se dedicaron a estudios de casuística sobre él.
- El tema central para investigar se convirtió en la definición de qué es el turismo para saber cuáles serían las implicaciones de las actividades derivadas de él.

Para César Dachary & César Arnaiz (2016), no existe coherencia entre la orientación que se da desde la universidad y los requerimientos del mercado, ya que este emplea técnicos; sin embargo, se necesita del conocimiento de experiencias internacionales que le permitan tener un panorama global de la profesión. Como resultado de esta situación, surgió en los años 80 el concepto de competencia laboral pero sólo en países desarrollados donde se veía la desigualdad entre lo que ofrecía el sistema educativo y las necesidades del sector productivo, lo que permitió la articulación entre el sistema educativo y el mercado laboral (Mertens, 1996)

El desarrollo de competencias queda plasmado entonces en España desde el Real Decreto que establece que los planes de estudio deben tener como eje la adquisición de competencias por parte de los estudiantes, sin excluir el enfoque de contenidos y horas lectivas (García y Pérez, 2008). Esto con el fin de que los estudiantes estén capacitados para desempeñar actividades profesionales. Según César Dachary & César Arnaiz (2016) es esta visión la que pone al turismo como un oficio y no como una profesión, ya que desde la misma definición de competencia se vincula a un ámbito de actividad. Siguiendo esta línea, la Organización Internacional del Trabajo afirma que una competencia es *la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada*. García y Pérez (2008) como se cita en César Dachary & César Arnaiz (2016).

Desde el desarrollo de las competencias, se muestran relevantes aspectos como: el manejo de una segunda lengua (inglés), utilización de las Tic's, servicio al cliente y técnicas de comunicación; se observa que en materia turística solo se refieren a la comprensión de los principios básicos del turismo.

La desarticulación que se da entre la nueva realidad social y lo que se maneja en las escuelas de turismo, vuelve a los egresados poco competitivos frente a otros que tienen experiencia directa en la actividad.

Los autores definen una lista de criterios, para que se dé una respuesta desde el turismo a lo que acontece en la realidad social:

- La región y la implantación del turismo: impactos, rechazos, beneficios, carencias y formas de solucionarlas; recursos humanos, planificación clara que establezca el mercado y no genere una especulación permanente.
- La sociedad de acogida y el turismo: cómo entender a la sociedad de acogida y como trabajar el turismo y la relación con ésta. La medición permanente de la percepción social.
- La población y el empleo: las tradiciones y la cultura local frente al turismo, la naturaleza transformada y las creencias locales.
- El desarrollo urbano de los inmigrantes y la nueva sociedad emergente.

- El turismo residencial y la sociedad local: relaciones, contradicciones e interacciones.
- Los hoteles locales y los de firmas externas: división de zonas, tipologías y lógicas laborales.
- La región y la diversificación del ocio, los diferentes modelos de negocio y la relación con los capitales locales y regionales.
- El abastecimiento y la economía regional.
- Centralidades, corredores, polos y regiones en las áreas turísticas.

Con los anteriores puntos, se da un enfoque diferente a lo que es el turismo tradicional y se sugieren nuevos abordajes para su estudio, lo que compromete a definir un modelo diferente de turismo.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Analizar las tendencias de la educación superior en programas de Turismo en los ámbitos regional, nacional e internacional.

3.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar la oferta de programas técnicos y tecnológicos en turismo en el contexto nacional; profesionales en los campos disciplinares del turismo en el contexto nacional e internacional; posgrado en turismo en el contexto nacional
2. Sondear planes de estudio de programas de turismo en Colombia acreditados en alta calidad
3. Analizar referentes conceptuales en torno a las tendencias del turismo

4. METODOLOGÍA

El estudio es descriptivo de corte cualitativo. Se procede con la caracterización de la oferta de programas técnicos y tecnológicos en turismo en el contexto nacional, programas profesionales en los campos disciplinares del turismo en el contexto nacional e internacional y programas de posgrado en turismo en el contexto nacional. Para dicha caracterización, en el contexto nacional se tomaron las bases de datos del SIET (programas de educación para el trabajo y el desarrollo humano) para lo cual se tuvo en cuenta que la denominación de estos tuviera relación con aspectos relacionados con el sector turismo y sus diferentes subsectores: guianza, agencias de viajes, transporte, alojamiento y hospedaje, eventos, gastronomía, turismo, turismo y merchandizing; y SNIES (programas de educación superior). En el contexto internacional, se tuvo en consideración programas de universidades cuyos países pertenecieran a la CONPETH y a la Alianza Pacífico.

Los criterios que se consideraron en la caracterización de la oferta de programas responden a:

- Número de programas en el área
- Número de programas en el área según metodología de enseñanza
- Número de programas en el área según distribución regional
- Número de programas acreditados en el área
- Número de programas acreditados en el área según metodología de enseñanza
- Número de programas en el área según naturaleza de la Institución
- Número de programas en el área según nivel de formación de acuerdo al tipo de Institución

Para el sondeo de planes de estudio de programas de turismo en Colombia solamente se tuvo en consideración programas acreditados en alta calidad al primer semestre del 2017.

Además, se analizaron referentes conceptuales en torno a las tendencias del turismo a nivel internacional, de los cuales se mencionan algunos:

- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación – ANECA
- Organización Internacional del Trabajo – OIT
- Tuning América Latina
- Organización Mundial del Turismo –OMT-
- Confederación Panamericana de escuelas de hotelería, gastronomía y turismo – CONPEHT
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico - OCDE-

Algunos de los referentes nacionales que se analizaron en el estudio son:

- ICFES (ECAES)
- Gran Encuesta Integrada de Hogares
- Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país"
- Plan Sectorial Nacional de Turismo 2014 - 2018 "Turismo para la construcción de la paz"
- Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" 2016 – 2019
- Plan de Desarrollo Turístico de Antioquia
- Observatorio laboral de la Educación -OLE-

Se revisaron artículos científicos relacionados con la formación en turismo y las tendencias del turismo, para lo cual se elaboraron fichas bibliográficas para el respectivo análisis.

5. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados del estudio, obtenidos de la caracterización realizada a los programas técnicos, tecnológicos, profesionales y posgrados en el ámbito nacional e internacional según se definió.

5.1. Programas técnicos profesionales y tecnológicos en turismo en el contexto nacional

5.1.1. Análisis de la oferta académica colombiana a nivel técnico profesional turismo

A continuación, se presenta el análisis de los resultados para los programas técnicos en turismo que se ofertan a nivel nacional; es de anotar que se tuvieron en cuenta los criterios definidos en la metodología.

El primer resultado de la búsqueda arroja un total de 45 programas técnico profesionales relacionados con el área de turismo, y son ofertados en 18 departamentos, dentro de los que se encuentran: Antioquia, Atlántico, Bogotá D.C, Bolívar, Caldas, Casanare, Cauca, Cesar, Guajira, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, San Andrés y Providencia, Sucre, Tolima y Valle del Cauca, como se observa en la Tabla 1

DEPARTAMENTOS	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Antioquia	3
Atlántico	2
Bogotá D.C	12
Bolívar	6
Caldas	1
Casanare	1
Cauca	1
Cesar	1
Guajira	1
Magdalena	1
Nariño	1
Norte de Santander	1
Quindío	1
Risaralda	1
San Andrés y Providencia	4

Sucre	2
Tolima	2
Valle del cauca	4
Total	45

Tabla 1 Cantidad de programas según distribución regional
Fuente: Elaboración Propia

Se hace preciso mencionar aquellos que cuentan con mayor oferta de programas tecnológicos que son Bogotá D.C con 12 del total de 45 programas hallados a nivel nacional, Bolívar con y San Andrés y Providencia con 4. Sin embargo, algunas de las entidades ofertan más de un programa afín al área turística de estudio, por lo que, aunque el total de programas identificados son 45, hay 32 instituciones de educación superior que los ofertan.

NATURALEZA DE LA INSTITUCIÓN	CANTIDAD DE INSTITUCIONES	PORCENTAJE
Oficial	15	33%
Privada	30	67%
Total	45	100%

Tabla 2 Naturaleza de la institución
Fuente: Elaboración Propia

De la tabla anterior, se observa que más del 50% de las instituciones son de carácter privado, ya que las 30 instituciones de esta índole están representadas por el 67%, y las 15 restante por el 33%.

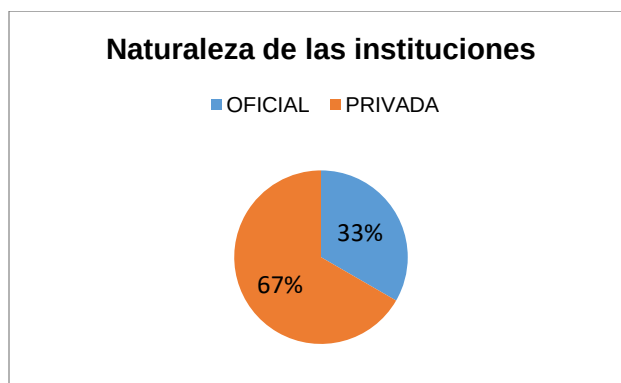


Gráfico 1 Naturaleza de las Instituciones

Fuente: Elaboración Propia

A continuación se presenta en la tabla número 3, un análisis de la naturaleza de las instituciones, bien sea oficiales o privadas, teniendo en cuenta los 18 departamentos arrojados por los resultados; de manera general se logra identificar que predominan las instituciones de naturaleza privada, bien sea en lugares como Antioquia donde el total de instituciones que tienen presencia tres son privadas, en Bogotá D.C las 12 entidades de educación halladas también son privadas, y a su vez hay departamentos como Bolívar donde se encuentran por ejemplo un total de 6 instituciones, y cuatro de ellas son de carácter privado y tan solo dos públicas.

Sin embargo, se mencionan, los departamentos en donde hay presencia de entidades de naturaleza pública que, aunque solo se evidencia una entidad es de este tipo.

DEPARTAMENTO	PÚBLICA	PRIVADA	Total
Antioquia		3	3
Atlántico	1	1	2
Bogotá D.C		12	12
Bolívar	2	4	6
Caldas		1	1
Casanare		1	1
Cauca		1	1
Cesar	1		1
Guajira	1		1
Magdalena	1		1
Nariño		1	1
Norte de Santander		1	1
Quindío		1	1
Risaralda	1		1
San Andres y Providencia	4		4
Sucre		2	2
Tolima	2		2

Valle del cauca	2	2	4
Total general	15	30	45

Tabla 3 Naturaleza de las instituciones por distribución regional
Fuente: Elaboración Propia

Aunque el análisis que se está desarrollando es de programas técnicos, las instituciones que los ofertan tiene diferentes denominaciones. Este resultado fue identificado mediante la búsqueda en la base de datos del Sistema de Información de la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (SIET). De un total de 31 instituciones, 11 son Instituciones Técnicas Profesionales, 8 son Instituciones Universitarias/Escuelas Tecnológicas, 8 entidades con denominación universitaria y tan solo 4 de ellas son de nivel tecnológico.

CARÁCTER ACADÉMICO DE LAS INSTITUCIONES	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Institución Técnica Profesional	11
Institución Tecnológica	4
Institución Universitaria/Escuela Tecnológica	8
Universidad	8
Total	31

Tabla 4 Carácter académico de las Instituciones
Fuente: Elaboración Propia

La educación en conjunto con la tecnología, ha realizado un gran esfuerzo para brindar mayores oportunidades a las personas; uno de dichos beneficios ha sido la cobertura que se ha dado en diferentes lugares, permitiendo a las personas realizar sus estudios de manera presencial, cooperando en el desarrollo de sus actividades, o de manera virtual para aquellos que no les es posible el desplazamiento o tienen otras ocupaciones.

Se encuentra que, para el caso de los programas técnicos, predomina la modalidad presencial, donde 33 de 45 instituciones analizadas, los ofertan con esta metodología; por su parte los 12 restantes lo hacen de forma virtual.

MODALIDAD DE LOS PROGRAMAS	CANTIDAD DE LOS PROGRAMAS
Presencial	33
Virtual	12
Total	45

Tabla 5 Modalidad y cantidad de los programas
Fuente: Elaboración Propia

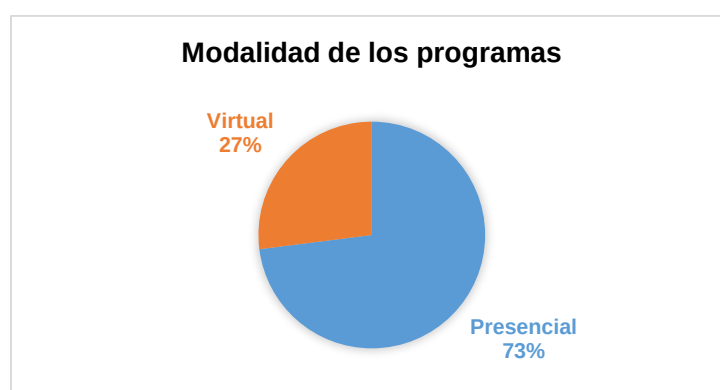


Gráfico 2 Modalidad de los programas
Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, la anterior tabla evidencia como del total de 45 programas indagados el 27%, se sirven con la metodología virtual y el 73% son impartidos con metodología presencial.

NOTA: No existen programas académicos registrados en la base de datos respecto a la región insular (San Andrés, Providencia y Santa Catalina).

5.1.2. Análisis de la oferta académica colombiana a nivel tecnológico en turismo

En este objetivo se caracteriza la oferta académica colombiana a nivel tecnológico en turismo, para lo cual se realiza una búsqueda de información secundaria sobre esta, teniendo en cuenta los diferentes departamentos del país, de programas afines

con la denominación objeto de estudio y comparación, de la Tecnología en Gestión Turística, impartido por la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia.

Para llevar a cabo esto, se realizó una búsqueda de información secundaria en la página del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), “sistema de información que ha sido creado para responder a las necesidades de información de la educación superior en Colombia. En este sistema se recopila y organiza la información relevante sobre la educación superior que permite hacer planeación, monitoreo, evaluación, asesoría, inspección y vigilancia del sector.

Este sistema como fuente de información, en relación con las instituciones y programas académicos aprobados por el Ministerio de Educación Nacional, consolida y suministra datos, estadísticas e indicadores.” SNIES arrojó un listado de información con los programas tecnológicos, sus respectivas instituciones, departamentos en donde se ofertan, estado del programa, entre otros elementos que se pueden filtrar de acuerdo al objetivo de la investigación.

Para este caso, el listado de departamentos que se tuvo en cuenta según los resultados fueron: Atlántico, Antioquia, Bogotá D.C, Bolívar, Caldas, Casanare, Cesar, Chocó, Cundinamarca, Guajira, Magdalena, Meta, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca. Lugares donde se encuentran instituciones de educación que ofertan programas tecnológicos en turismo, aportando a la calificación de las personas del sector, con el fin de capacitarlos y que puedan responder a las necesidades cambiantes del mercado turístico.

Cabe anotar que, aunque la búsqueda se realiza teniendo en cuenta todo el territorio colombiano, se realizó un filtro de acuerdo a unos criterios objeto de análisis que se presentan a continuación y el resultado de este puede no incluir o hacer mención de todos los departamentos.

- Número de programas tecnológicos
- Número de programas según distribución regional
- Número de programas según metodología de enseñanza:

- Número de programas en el área según naturaleza de la institución
- Número de programas Acreditados en el área
- Número de programas en el área según tipo de institución:

Una vez, teniendo conocimiento de los anteriores parámetros, es preciso ahondar en los resultados, por lo que se identificaron un total de 77 programas en 19 por distribución regional.

DEPARTAMENTO	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Antioquia	10
Atlántico	1
Bogotá D.C	18
Bolívar	10
Caldas	1
Casanare	1
Cesar	1
Choco	2
Cundinamarca	1
Guajira	1
Magdalena	2
Meta	1
Norte de Santander	2
Quindío	1
Risaralda	2
Santander	3
Sucre	3
Tolima	2
Valle del cauca	15
Total	77

Tabla 6 Programas según distribución regional
Fuente: Elaboración Propia

De un total de 32 departamentos, se identificó la siguiente oferta: Bogotá D.C con 18 Valle del Cauca con 15, y tanto Antioquia como Bolívar 10 cada uno.

Sin embargo, algunas de las entidades ofertan más de un programa afín al área turística de estudio, por lo que, aunque el total de programas identificados son 77, hay 53 instituciones de educación superior que los ofertan, donde 30 de ellas, que representan el 39% son de carácter público y 47 instituciones son privadas, con un 61%.

CARÁCTER DE LA INSTITUCIÓN	CANTIDAD DE INSTITUCIONES	PORCENTAJE
Oficial	30	39%
Privada	47	61%
Total	77	100%

Tabla 7 Carácter de las Instituciones- Programas Tecnológicos
Fuente: Elaboración Propia

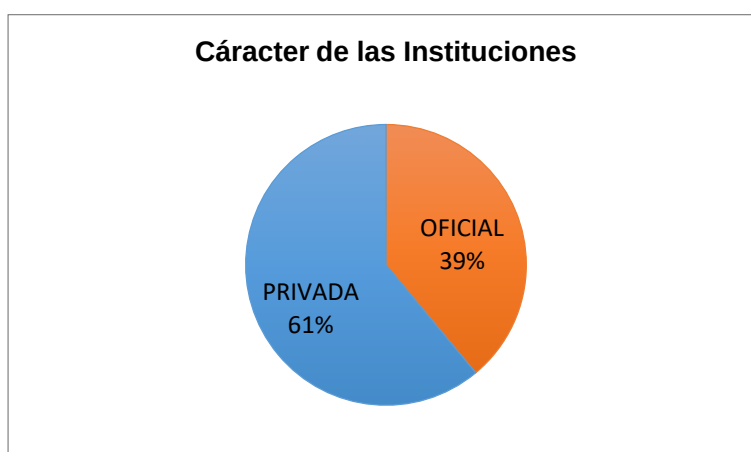


Gráfico 3 Carácter de la Institución
Fuente: Elaboración Propia

Otro de los aspectos a considerar en la caracterización es la naturaleza de las instituciones según la distribución regional; en general se evidencia mayor presencia de instituciones privadas, con una cantidad superior a las públicas en la mayoría de estos; sin embargo, se encuentra que en Antioquia el 90% de las instituciones son de carácter público, mientras que en Bogotá y Valle del Cauca

predominan las entidades de naturaleza privada, con el 83,3% y 66,6% respectivamente.

DEPARTAMENTO	PÚBLICA	PRIVADA	Total
Antioquia	9	1	10
Atlántico	1		1
Bogotá D.C	3	15	18
Bolívar	3	7	10
Caldas		1	1
Casanare		1	1
Cesar	1		1
Choco	2		2
Cundinamarca	1		1
Guajira	1		1
Magdalena	1	1	2
Meta		1	1
Norte de Santander		2	2
Quindío		1	1
Risaralda	1	1	2
Santander	1	2	3
Sucre		3	3
Tolima	1	1	2
Valle del cauca	5	10	15
Total	30	47	77

Tabla 8 Carácter de las instituciones por departamento- Programas Tecnológicos
Fuente: Elaboración Propia

Otro de los factores importantes a considerar, es el carácter académico de las instituciones. Para este, se realizó la búsqueda en la base de datos del SNIES y se identificaron diferentes denominaciones, aunque cabe anotar que todas ofertan los programas tecnológicos. En la tabla 9 se evidencia que existe la misma cantidad de instituciones tecnológicas (17) y universidades (17), 16 instituciones clasificadas

como universitarias/ escuelas tecnológicas y solo 3 de ellas en la categoría técnica profesional.

CARÁCTER ACADEMICO DE LAS INSTITUCIONES	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Institución Técnica Profesional	3
Institución Tecnológica	17
Institución Universitaria/Escuela Tecnológica	16
Universidad	17
Total	53

Tabla 9 Carácter Académico de las Instituciones - Programas Tecnológicos
Fuente: Elaboración Propia

Las nuevas herramientas tecnológicas de educación, han permitido mayor cobertura a nivel nacional de los programas de estudio, ampliando las modalidades de formación.

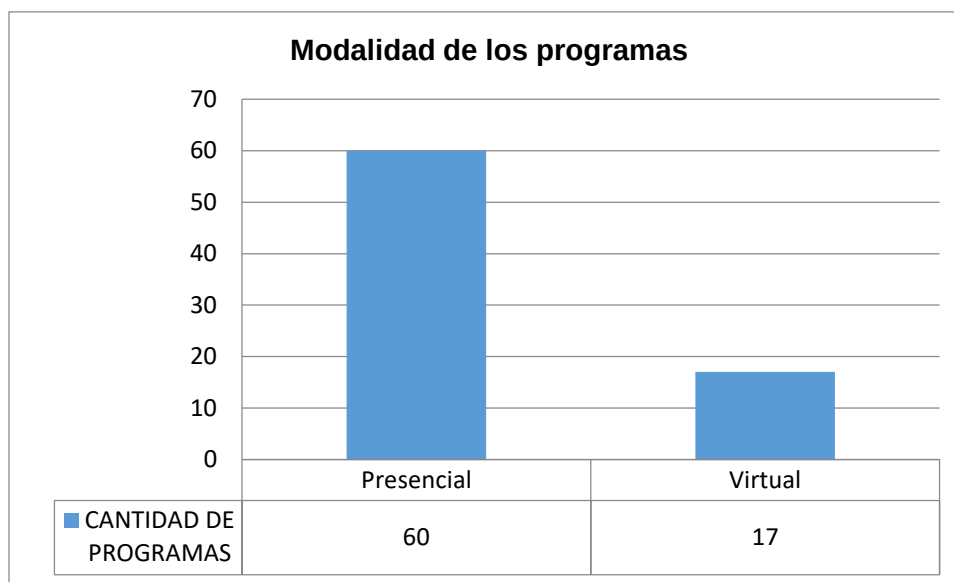


Gráfico 4 Modalidad de los programas – Programas Tecnológicos
Fuente: Elaboración Propia

MODALIDAD DE LOS PROGRAMAS	CANTIDAD DE PROGRAMAS	PORCENTAJE
Presencial	60	78%
Virtual	17	22%
Total	77	100%

Tabla 10 Modalidad de los Programas – Programas Tecnológicos
Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, la anterior tabla evidencia como del total de 77 programas, solo 17 de ellos que representan el 22%, incluyen el componente virtual y 60 programas que representan el 78% del total, son impartidos de manera presencial.

5.1.3. Análisis de la oferta académica nacional e internacional a nivel profesional en turismo

La educación superior es uno de los factores de mayor importancia en la sociedad, y más aún cuando representa el pilar de formación de técnicos, tecnólogos y profesionales en diferentes áreas del conocimiento, que aportarán al desarrollo y crecimiento de las comunidades; en este caso se plantea como objeto de estudio el área turística, analizada desde el factor académico; de allí la importancia del objetivo de esta investigación “Analizar las tendencias en la educación superior en programas de Turismo en los ámbitos regional, nacional e internacional”.

Para el desarrollo del objetivo, se realizó una búsqueda de información secundaria sobre la oferta académica a nivel nacional e internacional de programas afines con la denominación del pregrado objeto de estudio: Administración de Empresas Turísticas, el cual es impartido por la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, desde la facultad de Administración. Para este análisis se consideraron algunas de las instituciones miembros de la **Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería Gastronomía y Turismo CONPEHT**, como una Asociación Civil de entidades del conocimiento turístico, que cuenta con la participación de diferentes instituciones académicas de países del continente americano y España, ya que lo que busca es “contribuir a la mejora y profesionalización de la actividad

turística nacional, regional e internacional, a través del trabajo académico conjunto de las instituciones miembros, pertenecientes a los países del Continente Americano.” (CONPEHT, 1991). De igual forma se consideraron como parte de este estudio, los países que hacen parte de la *Alianza Pacífico* (Colombia, Chile Perú, México) como cuatro naciones de América Latina, considerando la relevancia de dicha alianza como “un mecanismo constituido por países con visiones afines del desarrollo, el libre comercio y la economía”.

Para este caso, el listado de países que se tuvieron en cuenta de ambas organizaciones (CONPEHT y ALIANZA PACÍFICO) fueron: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, México, Perú y República Dominicana. Estas Naciones le han apostado a la educación en el turismo como una estrategia para futuras negociaciones y proyectos en pro del desarrollo del sector turístico a nivel local, nacional e internacional.

Luego de la selección de los países se procede a la caracterización de la oferta académica, para lo cual se toman programas técnicos, tecnológicos, profesionales y de posgrado que hagan énfasis en los campos disciplinares del turismo, en el contexto nacional e internacional. Los criterios a tener en cuenta para esta caracterización son:

- Número de programas en el área según nivel de formación
- Número de programas en el área según metodología de enseñanza
- Número de programas en el área según distribución regional.
- Número de programas acreditados en el área según nivel de formación
- Número de programas en el área según nivel de formación y según naturaleza de la Institución: pública, privada, solidaria.
- Número de programas en el área según nivel de formación y tipo de Institución

Una vez, teniendo conocimiento de los anteriores parámetros, es preciso ahondar en los resultados, por lo que se identificaron un total de 77 instituciones en los 10 países analizados.

PAÍS	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Argentina	5
Bolivia	4
Chile	2
Colombia	18
Costa rica	2
Ecuador	6
México	18
Perú	9
República dominicana	10
España	3
Total	77

Tabla 11 Cantidad de instituciones analizadas
Fuente: Construcción propia

Es importante considerar que según la tabla 11 se analizaron un total de 77 instituciones de educación superior, sin embargo, algunas de las entidades ofertan más de un programa afín al área turística de estudio, por lo que el total de estudios analizados son 90; respecto a las instituciones también es posible mencionar que 20 de ellas son de carácter público y 57 de naturaleza privada, representando 26% y 74% respectivamente.

CARACTER DE LA INSTITUCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Pública	20	26%
Privada	57	74%
Total	77	100%

Tabla 12 Carácter de la Institución
Fuente: Construcción propia

Ahora, también es importante conocer la naturaleza de las instituciones según el país; ya que en general se evidencia mayor presencia de instituciones privadas, con una cantidad superior a las públicas en todas las naciones.

PAÍS	INSTITUCIONES PÚBLICAS	INSTITUCIONES PRIVADAS	TOTAL
Argentina	1	4	5
Bolivia	1	3	4
Chile	1	1	2
Colombia	6	12	18
Costa rica		2	2
Ecuador		6	6
México	8	10	18
Perú	1	8	9
República dominicana	1	9	10
España	1	2	3
Total programas	20	57	77

Tabla 13 Carácter de las instituciones por país
Fuente: Construcción propia

La oferta turística actualmente está en crecimiento, y por ende se ha convertido en un sector de estudio y análisis permanente, razón por la que personas naturales y jurídicas buscan y trabajan en pro de una mano de obra cualificada; de allí la importancia de que la oferta académica responda a las necesidades del mercado; y una de las nuevas tendencias en educación es brindar la posibilidad de que las personas estudien de manera virtual o a distancia, con el uso de las plataformas tecnológicas, que responden a las herramientas de las TIC's; por lo cual se hace necesario identificar las diferentes modalidades en que se ofertan los programas.

MODALIDAD DEL PROGRAMA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Presencial	83	92%
Virtual	2	2%
Mixta	3	3%
Presencial o virtual	1	1%
No especificado (n/e)	1	1%
TOTAL	90	100%

Tabla 14 Modalidad del programa
Fuente: Construcción propia

La anterior tabla evidencia como del total de 90 programas evaluados, solo el 2% considera e incluye el componente virtual. Dos programas son ofertados de manera

completamente virtual; 3 de ellos incluyen los dos factores, brindando algunas asignaturas presenciales y otras complementarias de manera virtual; sólo 1 programa brinda la opción de elegir bajo que modalidad ser estudiado, ya que tiene ambas alternativas: estudiarlo de manera presencial o virtual. Finalmente se evidencia como la gran mayoría, con un 92% representado en 83 programas, son ofertados de manera presencial.

De otra parte, la calidad se convierte en uno de los factores más relevantes e influyentes en la educación, siendo la acreditación de programas un elemento clave para ser considerado por quienes eligen una institución o programa, valor agregado que cuenta como un factor de diferenciación que permite ser más competitivo en el sector. En el siguiente gráfico se puede apreciar como casi el 50% de los 82 programas no cuentan con acreditación en alta calidad, solo 37 de ellos lo validan, de acuerdo a la agencia de acreditación establecida por cada país.

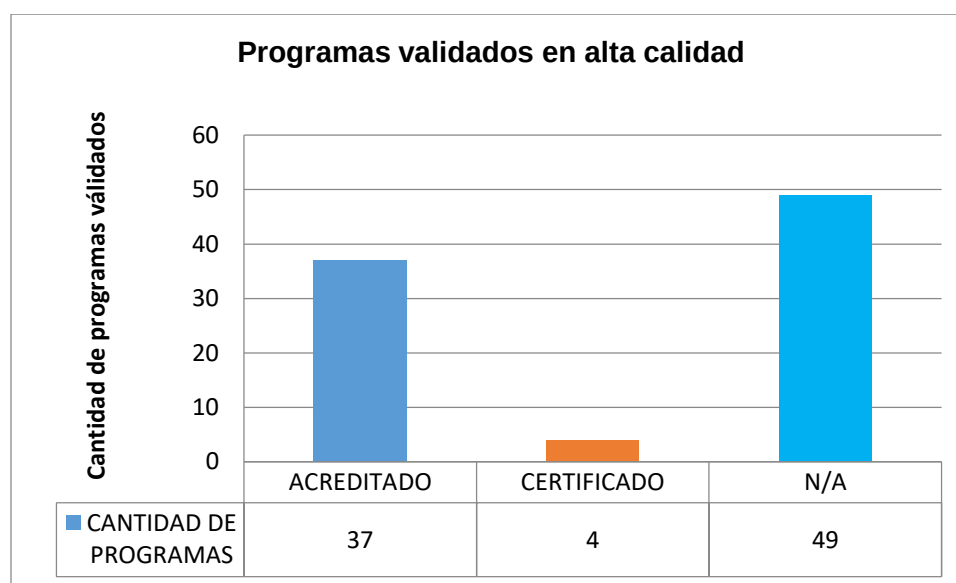


Gráfico 5 Cantidad de programas acreditados en alta calidad
Fuente: Construcción propia

Es de anotar, que las entidades acreditadoras cambian de país a país, teniendo en cuenta diversas variables a nivel gubernamental, empresarial y normativo. Dentro de las entidades que se logran identificar como acreditadoras se mencionan:

CHILE

- ✓ ADC- AGENCIA DE ACREDITACIÓN- (MSCHE)- MIDDLE STATES COMMISSION ON HIGHER EDUCATION DE LOS EE.UU
- ✓ AGENCIA DE ACREDITACION NACIONAL
- ✓ ACREDITACION INTERNACIONAL- CONSEJO NACIONAL PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN TURÍSTICA CONAET

COLOMBIA

- ✓ ACREDITACIÓN NACIONAL DE ALTA CALIDAD POR MINISTERIO DE EDUCACIÓN

COSTA RICA

- ✓ ONESUP (CONSEJO NACIONAL DE ENSEÑANZA SUPERIOR UNIVERSITARIA PRIVADA).
- ✓ SINAES- SISTEMA NACIONAL DE ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

ECUADOR

- ✓ CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR (CONEA)

MÉXICO

- ✓ CONSEJO NACIONAL PARA LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN TURÍSTICA A.C.
- ✓ CONAET
- ✓ (COPAES) CONSEJO PARA LA ACREDITACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR - CIEES (COMITES INTERINSTITUCIONALES PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR A.C.)
- ✓ CENEVAL- CENTRO NACIONAL DE EVALUACIÓN PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR - CONSEJO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR SUR

PERÚ

- ✓ LA FONDATION LE CORDON CLEU- ART CULINAIRE ET GESTION HOTELIERE- MINISTERIO DE EDUCACIÓN
- ✓ LICENCIA DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA- SUNEDU
- ✓ ACPHA - ACCREDITATION COMMISSION FOR PROGRAMS IN HOSPIYALITY ADMINISTRATION- ACICS- ACCREDITING COUNCIL FOR INDEPENDENT COLLEGES AND SCHOOLS

REPÚBLICA DOMINICANA

- ✓ ADAAC- ASOCIACIÓN DOMINICANA PARA EL AUTOESTUDIO Y LA ACREDITACIÓN
- ✓ (RIEV) RED INTERNACIONAL DE EVALUADORES
- ✓ MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR CIENCIA Y TECNOLOGÍA (MESCyT)-

ESPAÑA

- ✓ ANECA (AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN)

Tan solo 4 de los programas que no tienen acreditación, hacen mención de su certificación con entidades que respaldan el compromiso por la educación y el desarrollo del sector turístico, como lo son el certificado TEDQUAL del Sistema de Certificación UNWTO, de la Fundación OMT Themis, el cual es “una certificación de carácter voluntario, que busca a través de la definición de unos estándares mínimos de calidad para la enseñanza turística, facilitar la mejora permanente de sus programas de educación, formación e investigación en turismo. Para ello el sistema considera cinco ámbitos de análisis, los cuáles evalúan aspectos tanto internos como externos del Programa, tales como la coherencia del plan de estudio, la infraestructura y equipamiento de apoyo pedagógico, las políticas, herramientas y

mecanismos de apoyo a la gestión administrativa, existencia de mecanismos transparentes para la selección del profesorado, de condiciones favorables para su desarrollo profesional, y la pertinencia de los contenidos del programa de estudio, respecto de las necesidades del sector turístico.” (Organización Mundial del Turismo), y la certificación en la norma ISO 9001, de la Organización Internacional para la Normalización, que determina los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad.

Las anteriores consideraciones fundamentan una conceptualización general de la oferta académica a nivel internacional, en lo que respecta a programas afines al de objeto de estudio: “Administración de Empresas Turísticas”, sin embargo para los fines del objetivo, se hace preciso ahondar en los hallazgos, analizando cada uno de los países, partiendo de los criterios inicialmente establecidos; proponiendo entonces iniciar con las cuatro naciones pertenecientes a la Alianza Pacífico (Chile, Colombia, México y Perú).

5.1.3.1. Indagación países Alianza Pacífico

Para el desarrollo del estudio, se inicia con la revisión de la oferta de programas en turismo de los países de la Alianza Pacífico: Chile, Colombia, México y Perú.

- **Chile**

Según el análisis, se identifican 2 instituciones a resaltar: la Universidad Andrés Bello, que brinda dos programas que enfatizan en el turismo, Ingeniería en Administración Hotelera Internacional e Ingeniería en Turismo y Hotelería. Es importante mencionar que, aunque la denominación del programa es diferente, por su apelativo de Ingeniería, también contiene un componente muy profesional) y la Universidad de Valparaíso, que oferta el programa, Gestión en Turismo y Cultura y Administración Hotelera y Gastronómica, como se refleja en la siguiente tabla:

UNIVERSIDAD	DENOMINACION	ACREDITADO	ENTIDAD QUE ACREDITA
-------------	--------------	------------	----------------------

Andrés bello	Ingeniería en administración hotelera internacional	4 años (2021)	Adc- agencia de acreditación- (msche)- Middle States Comission On Higher Education de los EE.UU
Andrés bello	Ingeniería en turismo y hotelería	Abril del 2017 al 2021 (4 años)	Adc- agencia de acreditación- (msche)- Middle States Comission On Higher Education de los EE.UU
Universidad Valparaíso chile	Gestión en turismo y cultura	Acreditado	Agencia de acreditación nacional- acreditación internacional- Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística CONAET (México)
	Administración hotelera y gastronómica	Acreditado	Agencia de acreditación nacional

Tabla 15 Oferta de programas – Chile
Fuente: Elaboración propia

Se resalta que ambas entidades cuentan con ambos programas acreditados en alta calidad, la primera por la Agencia de Acreditación ADC y Middle States Comission on Higher Education de los Estados Unidos, y la segunda por la Agencia de Acreditación Nacional y una acreditación Internacional por parte del Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística (CONAET).

Otro aspecto importante lo constituye el hecho de que los cuatro programas analizados en Chile se encuentran acreditados, agregando que la naturaleza de las dos instituciones es diferente, una de ellas de carácter público y la otra privado.

UNIVERSIDAD	NATURALEZA DE LA INSTITUCIÓN
Andrés bello	Privada
Universidad de Valparaíso	Pública

Tabla 16 Naturaleza de las instituciones- Chile
Fuente: Elaboración propia

NOTA: La totalidad de los programas son ofertados de manera presencial

- **Colombia**

A nivel nacional, 17 instituciones se han identificado con una oferta de programas en turismo, los cuales se presentan en la tabla 17:

NOMBRE DE LA UNIVERSIDAD	DENOMINACION DEL PROGRAMA
Externado de Colombia	Pregrado en administración de empresas turísticas y hoteleras
Universidad de Medellín	Administración de empresas turísticas
Fundación universitaria Cafam	Administración turística y hotelera
UPTC - Universidad Tecnológica y Pedagógica de Colombia	Administración turística y hotelera
Autónoma de CARIBE	Administración de empresas turísticas y hoteleras
UNIAGUSTINIANA	Hotelería y turismo
Universidad de Cartagena	Administración de empresas turísticas y hoteleras
Universidad católica de Manizales	Administración turística
UNAB - Universidad Autónoma de Bucaramanga	Administración turística y hotelera
Universidad del Atlántico	Administración de empresas turísticas
UNIMINUTO	Administración de empresas turísticas y hoteleras
Autónoma de las Américas	Administración turística y hotelera
Universidad de la Guajira	Administración turística y hotelera
Corporación Universitaria del Huila	Carrera profesional en administración de empresas turísticas
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	Turismo
Fundación Universitaria los Libertadores	Administración turística y hotelera por ciclos propedéuticos
Institución universitaria Colegio Mayor de Antioquia	Administración de empresas turísticas

Tabla 17 Listado de Universidades y Programas- Colombia
Fuente: Elaboración Propia

Las principales ciudades se caracterizan por concentrar una alta densidad poblacional y por ende crear una oferta más amplia para su población en lo que

respecta a educación; además de ser consideradas como grandes urbes, o ciudades capitales, adaptan dicha oferta a las necesidades y nuevas tendencias del mercado, de manera que la formación de técnicos, tecnólogos y profesionales respondan a los cambios, y los requerimientos del sector. Partiendo de la anterior premisa y teniendo en cuenta la tabla 17, se observa la amplia oferta (6 instituciones) de programas afines a la denominación “Administración de Empresas Turísticas” en la ciudad de Bogotá, capital nacional, precedida de ciudades como Barranquilla y Medellín, con dos instituciones cada una.

Se observa que, en el resto del país, existe una oferta académica menor, pero concentrada en destinos turísticos de reconocimiento nacional.

CIUDAD	CANTIDAD DE INSTITUCIONES Y PROGRAMAS
Barranquilla	2
Bogotá D.C	6
Bucaramanga	1
Cartagena	1
Duitama	1
Manizales	1
Medellín	3
Neiva	1
Riohacha	1
Total	17

Tabla 18 Oferta de instituciones por ciudades- Colombia
Fuente: Elaboración Propia

Duración de los programas

Se observa en el Gráfico 6 que en Colombia prevalece la formación semestral. La duración de los programas ha sido tradicionalmente de 10 semestre, sin embargo, por políticas y directrices del Ministerio de Educación Nacional, la tendencia de la educación es disminuir el número de semestres.

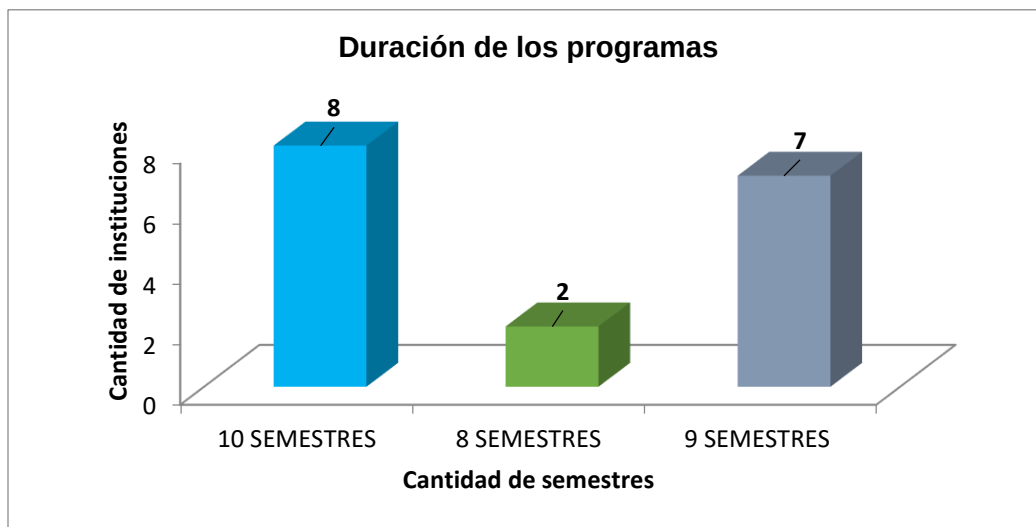


Gráfico 6 Duración general de los programas- Colombia
Fuente: Elaboración propia

Modalidad de la Oferta Académica

Con respecto a la modalidad de la oferta académica, en Colombia de un total de 17 instituciones, 15 de ellas imparten los cursos de manera presencial y tan solo 2 de manera virtual, como se puede observar en la gráfica 7.

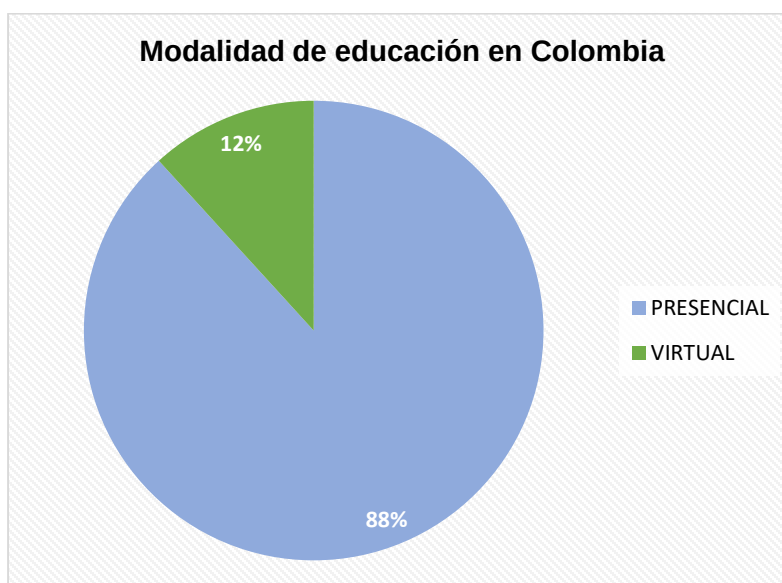


Gráfico 7 Modalidad de educación- Colombia
Fuente: Elaboración propia

Dichos públicos objetivos, varían demográficamente según las diversas características que puedan poseer, bien sea estratificación social, subvenciones académicas, estilos de vida, y una serie de variables que los determinan y segmentan; dichos factores pueden influenciar a la hora de que las personas tomen la decisión de elegir la institución para sus estudios.

Naturaleza de las instituciones en Colombia

Dentro de la oferta analizada en Colombia, del total de 17 entidades, 11 de ellas son de carácter privado y tan solo 6 públicas como se observa en el gráfico 8:

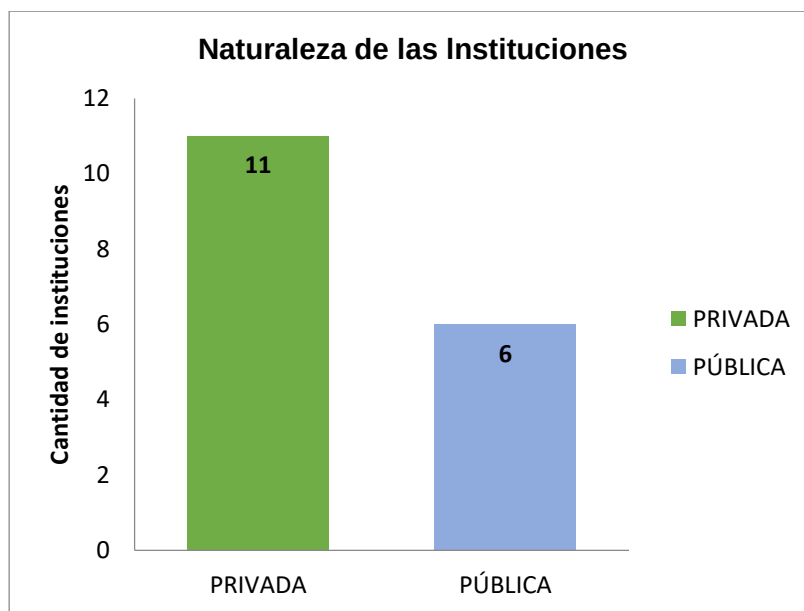


Gráfico 8 Naturaleza de las Instituciones- Colombia
Fuente: Elaboración Propia

- **México**

México es uno de los países que claramente se ha esforzado por el desarrollo del sector turístico y se ha apropiado de su destino y todo lo que este implica (prestadores de servicios, calidad, servicios complementarios, oferta de atractivos, y recurso humano calificado, entre otros factores). México se ha posicionado como destino turístico y realiza un trabajo interno en los aspectos que implican atender los aspectos necesarios, según la creciente demanda.

En la siguiente tabla se presentan las 18 instituciones encontradas. Se observa que una de ellas oferta dos programas diferentes, pero encaminadas al sector turístico; por lo que el total de programas en este caso son 19:

UNIVERSIDAD	DENOMINACION
Universidad Tecnológica de Cancún	Técnico en turismo/licenciatura en gestión y desarrollo turístico
Universidad del Caribe	Licenciatura en turismo sustentable y gestión hotelera
Universidad Autónoma de Tamaulipas	Licenciatura en turismo
(UDLAPA) Universidad de las Américas	Licenciatura en administración de hoteles y restaurantes
Instituto universitario Washington	Licenciatura en turismo
Universidad Intercontinental	Licenciatura en turismo
	LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA
CESSA.	Licenciatura en administración hotelera
Universidad Monter	Licenciatura en turismo
Escuela mexicana de turismo	Licenciatura en hotelería y restaurantería
Universidad regiomontana	Licenciatura en administración de empresas turísticas
Universidad de guanajuato	Administración de recursos turísticos
Universidad autónoma del estado de México	Licenciatura en turismo
Benemérita universidad autónoma de puebla	Licenciatura en administración turística
Universidad del Valle de Puebla	Administración y gestión turística
Universidad la Sallé del Bajío	Negocios turísticos
Ibero Puebla	Administración turística y de la hospitalidad.
Instituto Politécnico Nacional	Licenciatura en turismo
Instituto Politécnico Nacional	Técnico en administración de empresas turísticas

Tabla 19 Listado de Universidades y Programas-México
Fuente: Elaboración propia

Como ya se ha planteado anteriormente, hay algunas ciudades que indiscutiblemente han desarrollado más sus componente turístico y por ende requiere de mayor presencia de personas con altas capacidades y conocimiento en el área, en este caso, en la tabla 20 se evidencia como las tres ciudades que mayor presencia de universidades tienen que ofertan los programas afines al objeto de estudio, son Ciudad de México, con 5 universidades, y Cancún y Puebla de Zaragoza con 2 cada una; estos tres lugares reflejan turísticamente, bien sea por ser la capital del país y por ser unos de los destinos más visitados en la actualidad, el posicionamiento que ha tenido el país en el sector y desarrollando diferentes tipologías de turismo.

CIUDAD	CANTIDAD DE UNIVERSIDADES
Campus Toluca	1
Cancún	2
Ciudad de México	5
Ciudad Tamaulipas	1
Guanajuato	1
León	1
Monterey	1
Morelia	1
Puebla	1
Puebla de Zaragoza	2
Puebla Zaragoza	1
Tlalpan, México	1
Total	18

Tabla 20 Oferta de Instituciones por ciudades- México
Fuente: Elaboración propia

La duración de los programas de educación superior, puede variar, como ya se especificó, sin embargo, se hace preciso indicar que la duración de los periodos académicos en México varía respecto a Colombia, ya que, aunque algunos programas se reciben semestralmente, hay estados en los que surgen nuevas categorías, como, por ejemplo, por cuatrimestres o por ciclos, cada uno de 7 semanas. Con relación a la clasificación semestral, cabe anotar que uno de los factores que pueden influenciar en la cantidad de semestres del programa que se

deben cursar, varía de acuerdo al título que se vaya a obtener, es decir, por ejemplo, para un título de licenciado en turismo se deberá aprobar 8 semestres, mientras para la denominación profesional asociado, solo son 4.

Paralelamente como uno de los factores de mayor importancia en la educación y como criterio de análisis de la oferta académica que se está estudiando, está la calidad. En este país con tanto desarrollo turístico, sería preciso plantear que la calidad turística estará directamente relacionada con la calidad de los diferentes elementos que integran el sistema turístico y la cadena de valor, entre ellos, el recurso humano; lo anterior para presentar a continuación las cifras que reflejan la cantidad de programas acreditados en México.

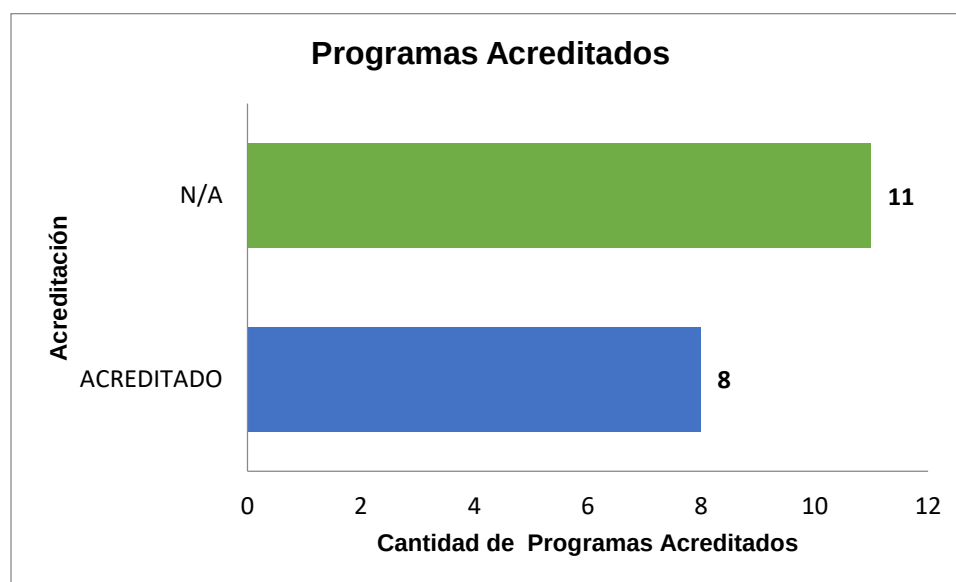


Gráfico 9 Acreditación en Alta Calidad- México
Fuente: Elaboración propia

Entidades, programas y entidades acreditadoras, como reconocimiento a la calidad en la educación nacional e internacional.

UNIVERSIDAD	DENOMINACION	ENTIDAD ACREDITADORA
Universidad Tecnológica de Cancún	Técnico en turismo/licenciatura en gestión y desarrollo turístico	Copaes- Acreditación Meg
Universidad del Caribe	Licenciatura en turismo sustentable y gestión hotelera	conaet- Ciees- Iso 9001-9014

(UDLAPA) - Universidad de las Américas	Licenciatura en administración de hoteles y restaurantes	Copaes - Ciees
Universidad de Guanajuato	Administración de recursos turísticos	Conaet – Omt
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	Licenciatura en administración turística	Caceca
Universidad la Salle del Bajío	Negocios turísticos	Conaet
Ibero Puebla	Administración turística y de la hospitalidad.	Caceca- A.C.- Ceneval
Instituto Politécnico Nacional	Licenciatura en turismo	Conaet – Omt

Tabla 21 Instituciones Acreditadas - México
Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, teniendo conocimiento de los programas acreditados, sería muy interesante profundizar de manera un poco más específica en las entidades acreditadoras; el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior A.C. (COPAES) “es una asociación civil sin fines de lucro que actúa como la única instancia autorizada por el Gobierno Federal a través de la Secretaría de Educación Pública (SEP), para conferir reconocimiento formal y supervisar a organizaciones cuyo fin sea acreditar programas académicos del tipo superior que se imparten en México, en cualquiera de sus modalidades (escolarizada, no escolarizada y mixta).” (COPAES)

En segunda instancia, se presenta el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística A.C. (CONAET), la cual es una entidad autónoma, sin fines de lucro, reconocido por COPAES; propicia la mejora continua de la calidad de los programas académicos a nivel superior en el área turística, mediante la capacitación y actualización de profesionales y docentes del sector, así como la divulgación de todo el conocimiento sobre el fenómeno y la educación turística, mediante su reconocimiento.

Los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), A.C., que busca promover el mejoramiento de la educación superior,

evaluando los programas y las funciones de las instituciones, “dándole certeza a la sociedad mexicana y a las partes interesadas de la calidad de su actuar.” (CIEES)

Por su parte también existe el Consejo de Acreditación en Ciencias Administrativas, Contables y Afines (CACECA), reconocida por COPAES “como el único organismo acreditador para los programas de contaduría, administración y afines en el país, evaluando con estándares e índices que engloban tres aspectos: alumnado, docencia y administración.” (CACECA, 2016)

Hasta ahora, CACECA ha acreditado cerca de 800 programas académicos de nivel superior –de los cuales 414 cuentan ya con re acreditación.

Y finalmente el “Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (Ceneval) es una asociación civil sin fines de lucro cuya actividad principal es el diseño y la aplicación de instrumentos de evaluación de conocimientos, habilidades y competencias, así como el análisis y la difusión de los resultados que arrojan las pruebas” (CENEVAL), a organizaciones de profesionales y programas con reconocimiento nacional.

Aunque existen diferentes entidades acreditadoras, como las ya presentadas, el objetivo de la calidad es que cada una de las instituciones trabaje en pro de dicha acreditación y reconocimiento; como se enuncia en párrafos anteriores, la calidad es un tema de análisis y aplicabilidad en diferentes campos, alumnado, docencia y administración de las entidades de educación superior, en este caso; razón válida para que desde el deber ser, todas las organizaciones, independiente de su naturaleza (pública o privada) puedan lograr dicha acreditación. Para el caso de las 18 instituciones evaluadas en México, 10 de ellas son de carácter privado y 8 públicas, evidenciando un nivel de equilibrio entre ambas, como se evidencia en la tabla a continuación:

NATURALEZA	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Privada	10
Pública	8

Total	18
-------	----

Tabla 22 Naturaleza de las Instituciones- México
Fuente: Elaboración propia

Modalidad de la Metodología: presencial o mixta

La calidad concebida desde la integración de todos los factores que ya se ha tenido en cuenta durante el análisis, es uno de los factores claves para el logro de la competitividad, desde las instituciones, los programas y los futuros profesionales, que se desempeñarán en un destino; sin embargo, este no es el único elemento a considerar, dado que se deben articular una serie de criterios como por ejemplo, la adaptación al mercado, a las nuevas corrientes, la pertinencia, las facilidades que brinda; de allí parte la importancia de evaluar que tan competitivos son los programas turísticos que ofertan, ya que en una industria tan competitiva y versátil como lo es el turismo, y tan apropiada de las nuevas tecnologías de la información, se hace necesario que sean competitivos. Por lo anterior otro criterio de análisis, como lo es la metodología de la enseñanza de los pregrados, indispensable ya sea en programas presenciales o virtuales, la calidad debe ser un componente permanente. Según los hallazgos, en el total de 19 programas consultados, 17 de ellos se ofertan de manera presencial y los 2 restantes, implementan una metodología mixta como se observa en el Gráfico 10.

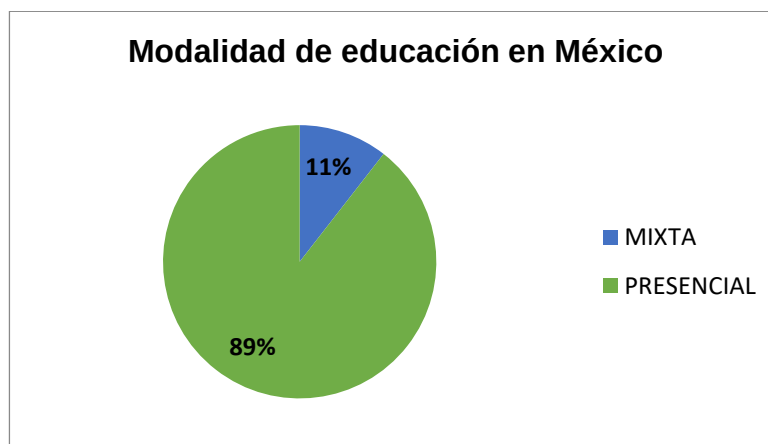


Gráfico 10 Modalidad de educación- México
Fuente: Elaboración propia

- **Perú**

Como último país miembro de la Alianza Pacifico, Perú constituye, desde el turismo, una importante fuente de crecimiento y desarrollo económico para su población, con una oferta principalmente dirigida hacia los monumentos arqueológicos, ecoturismo, turismo cultural, gastronómico, aventura, entre otros. Eduardo Ferreyros, ministro de Comercio Exterior y Turismo “sostuvo que el turismo constituye la tercera fuente generadora de divisas para el Perú, detrás de la minería y el agro, aunque si es el principal generador de divisas del sector servicios.” (El Comercio, 2016)

Perú registró uno de los mayores crecimientos en competitividad turística, según el último informe elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF), ‘The Travel & Tourism Competitiveness Report’, "De acuerdo al informe, Perú recibió más de 3.45 millones de turistas en el 2016, generando ingresos por US\$ 3,319.7 millones. La industria de viajes y turismo en el Perú representa US\$ 7,375.6 millones o 3.8% del PBI total del país. Además, dicho sector genera 390,655 empleos.” (GESTIÓN, 2017) Y es que cuando se habla de generación de empleos, se habla de oportunidades para la que deben estar preparadas las personas del sector, que deberán estar capacitados en los diversos conocimientos que profesionalizan el sector. A continuación, se detallan algunos de los programas identificados en la oferta académica para el turismo:

UNIVERSIDAD	DENOMINACIÓN
Le Cordon Bleu	Administración de hoteles, restaurantes y afines
Universidad Ricardo palma	Escuela profesional de turismo, hotelería y gastronomía
Universidad alas peruanas	Turismo, hotelería y gastronomía
Universidad privada Robert Wiener	Administración en turismo y hotelería
instituto San Ignacio de Loyola	Administración en turismo
	Administración hotelera
Universidad Científica del Sur	Turismo sostenible y hotelería

INTECI	Carrera profesional de administración de servicios hoteleros y restaurantes con mención en turismo
Universidad San Martín de Porres	Turismo y hotelería
Cenfotur	Administración turística
	Administración hotelera

Tabla 23 Listado de Universidades y Programas- Perú
Fuente: Elaboración propia

Cabe tener en consideración que en total son 9 instituciones de educación superior, sin embargo, el total de programas ofertados en el área turística son 11, ya que dos de ellas, cuentan con dos programas para el sector, pero con diferente denominación y enfoque. No sorprende que se identifique en la capital gastronómica de Sudamérica, como es llamada, la necesidad de atender los requerimientos del sector, con el estudio del mismo, además de ser la puerta de ingreso al país, por lo que la calidad en el contacto de la población con el turista, se convierte en un momento de verdad para este. Solo en Lima se encuentran 4 instituciones que representan casi el 50%.

CIUDAD	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Chiclayo	1
Lima	4
Miraflores	1
Quito	1
Santiago de surco	2
Total	9

Tabla 24 Oferta de instituciones por ciudades- Perú
Fuente: Elaboración propia

En este mismo sentido, se podría plantear el análisis de los programas acreditados de acuerdo a las ciudades en las que se ofertan, con el propósito de identificar la coherencia que pueda existir entre las principales ciudades y la calidad de la educación que se desea transmitir en el servicio.

ESTADO	CHICLAYO	LIMA	MIRAFLORES	QUITO	SANTIAGO DE SURCO	TOTAL
Acreditado		2	1		1	4
Certificado	1	2				3
No acreditado		2		1	1	4
Total	1	6	1	1	2	11

Tabla 25 Acreditación de programas por ciudad- Perú
Fuente: Elaboración propia

Para el caso de Perú, se hace interesante analizar que adicional a la acreditación, se encuentra que también se aplica la certificación. En la indagación realizada se encuentran algunos programas que cuentan con ambos y otros que por su parte solo tienen certificación y han iniciado proceso para acreditarse. De acuerdo con esto y en coherencia con lo planteado anteriormente respecto a las principales ciudades que ofertan educación superior mediante programas afines al estudiado, “Administración de Empresas Turísticas”, Lima es la ciudad que más cantidad de programas oferta, 2 de ellos acreditados: Administración en Turismo y Administración Hotelera del Instituto San Ignacio de Loyola, ambos con el aval de la ACPHA- Accreditation Commission for Programs in Hospitality Administration y la ACICS- Accrediting Council for Independent Colleges and Schools; 2 certificados: Administración Turística y Administración Hotelera de CENFOTUR, con la certificación de la Fundación Themis, mediante el TedQual, el ICONTEC con la norma ISO 9001 y finalmente y no menos importante el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y 2 más (Turismo Sostenible y Hotelería de la Universidad Científica del Sur y Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad Privada Robert Wiener) que no se ha identificado el proceso en el que se encuentra.

Así mismo, no se puede dejar de lado los otros dos programas acreditados en alta calidad, como reconocimiento del esfuerzo de las instituciones; en Miraflores Le Cordon Bleu, cuenta con una sede que oferta el programa Administración de Hoteles, Restaurantes y Afines, acreditado por la Fondation le Cordon Bleu- Art Culinaire et Gestion Hoteliere y el Ministerio de Educación Nacional y el otro programa identificado, se brinda en la Universidad Ricardo Palma, ubicada en

Santiago de Surco, donde se encuentra la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, acreditado con la licencia de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).

Sumado a ello, cabe rescatar un programa más, certificado con el TedQual, y es el de Turismo y Hotelería, impartido en la Universidad San Martín de Porres en la ciudad de Chiclayo. A continuación de manera general se presenta el total de acreditados y certificados para el país.

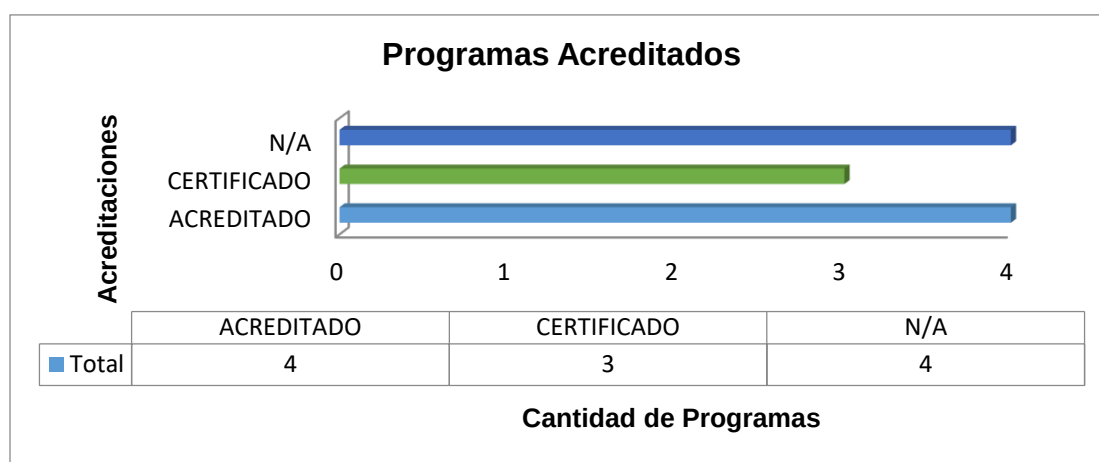


Gráfico 11 Acreditación en alta calidad - Perú
Fuente: Elaboración propia

Continuando con el análisis de los programas, la duración y la metodología de enseñanza son dos factores muy importantes que se deben tener presentes, pero sin olvidar que pueden variar de acuerdo a las políticas de cada organización; para el caso de Perú, se realizará un análisis general de las instituciones estudiadas.

De un total de 11 programas, 7 de ellos tiene una duración de 10 semestres, que representan más del 50% , y los demás son ofertados en un ciclo de 6 semestres; cabe destacar una particularidad, y es que se podría pensar que la denominación o categorización del programa puede estar en otro nivel de la educación superior; no obstante se hace la aclaración que son programas profesionales, como lo son la Administración turística, Administración hotelera, Administración de hoteles, restaurantes y afines y la carrea profesional de administración de servicios hoteleros y restaurantes con mención en turismo.

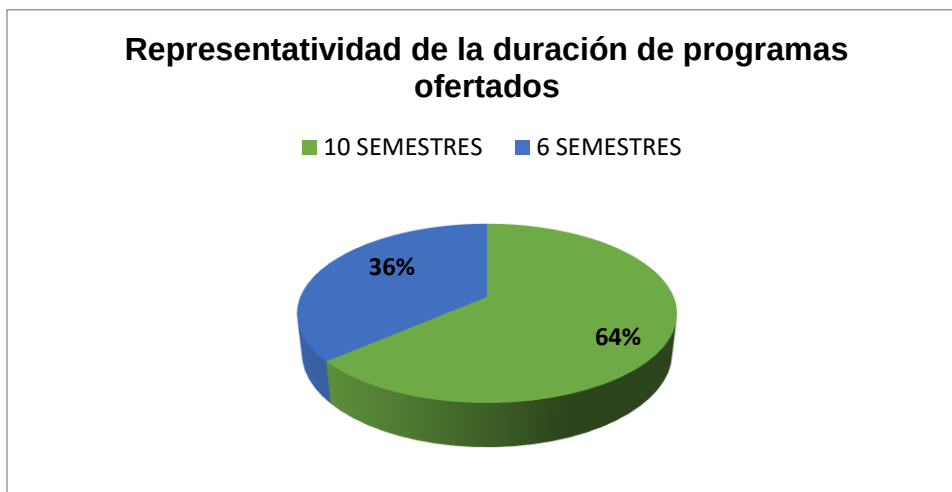


Gráfico 12 Representatividad de la duración de programas ofertados- Perú
Fuente: Elaboración propia

Una particularidad que debe ser mencionada, es que el 100% de los programas, implementan una enseñanza presencial, de manera que sería interesante ahondar en otras instituciones o programas, para descubrir si existe una oferta de programas virtuales, o si existen razones para preferir la presencialidad.

Finalmente muchas de las decisiones administrativas como la modalidad de los programas, las modificaciones y actualizaciones del pensum, así como iniciar voluntariamente un proceso de acreditación, se dan de acuerdo a la autonomía que puedan tener las instituciones, y en concordancia con la misión y visión establecida, factor en el que puede llegar a tener influencia la naturaleza y orígenes de la institución, ya que la organización, procesos, decisiones, estrategias, entre otros factores pueden variar de una entidad pública a una privada.

Se observa entonces, que 8 instituciones, es decir el 90% de las identificadas bajo los criterios mencionados, son de carácter privado y el 10% restante (1 institución) es de orden pública.

En la siguiente tabla, se puede vislumbrar la relación que puede llegar a existir y evidenciarse, entre la naturaleza de la organización y las decisiones, acciones y estrategias que estas implementen; en este caso, la variable a relacionar es la acreditación y/o certificación de sus programas.

NATURALEZA	ACREDITADO	CERTIFICADO	NO ACREDITADO	TOTAL
Privada	3	1	4	8
Pública		1		1
Total	3	2	4	9

Tabla 26 Relación entre la acreditación y naturaleza de las instituciones- Perú
Fuente: Elaboración propia

En coherencia con el postulado anterior, es evidente, como la única institución que es de carácter público, solo cuenta con una certificación (; en su lugar, dentro de las 8 privadas, 3 de ellas, tienen sus programas acreditados, (Le Cordon Bleu, Universidad Ricardo Palma y el Instituto San Ignacio de Loyola), y 1 cuenta con certificación (Universidad San Martín de Porres); razón por la que se podría plantear que las instituciones de estas organizaciones privadas, han avanzado un poco más en la búsqueda de la calidad de la educación ofertada.

5.1.3.2. Indagación de algunos países de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería Gastronomía y Turismo – CONPEHT–

A continuación, se presenta la revisión de la oferta de programas en turismo de algunos países de la CONPEHT.

- **Argentina**

Se identificaron 5 instituciones ubicadas en las principales ciudades, como Buenos Aires, Santa Fe y Mar de Plata, a continuación, se presentan el nombre de cada una de ellas y la denominación de los programas que ofertan, se hace la anotación de que una de ellas oferta dos programas afines, para un total de 6 programas identificados.

UNIVERSIDAD	DENOMINACION
École pour l'hotellerie "la Suisse"	Técnico superior en turismo
Instituto superior de turismo Sol	Turismo

Universidad Kennedy	Licenciatura en turismo
Universidad nacional de Lanús	Licenciatura en turismo
Universidad Caece	Licenciatura en turismo
	Licenciatura En Administración Hotelera

Tabla 27 Listado de Universidades y Programas- Argentina
Fuente: Elaboración propia

Cabe anotar mediante la siguiente gráfica que tan solo 2 de ellas son de carácter público, por lo que en este caso, se observa mayor participación de entidades del sector privado.

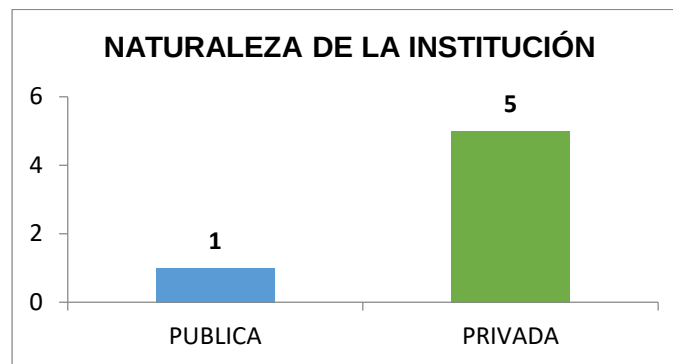


Gráfico 13 Naturaleza de las instituciones- Argentina
Fuente: Elaboración propia

Uno de los factores más importantes en la educación es la calidad, y para las instituciones que ofertan sus programas acreditados en alta calidad, este factor se convierte sin duda en su ventaja competitiva en el mercado, sin embargo se encontró que el 100% de los programas analizadas en Argentina no cumplen con esta condición, aunque estén avalados por el gobierno nacional para impartir los estudios, en este caso la oferta identificada se da bajo dos denominaciones, 2 programas de categoría técnica superior y 4 de ellos como licenciados, como se observa en la tabla:

TITULO OTORGADO	CANTIDAD
Técnico superior	2
Licenciado	4
Total	6

Tabla 28 Título otorgado programas - Argentina
Fuente: Elaboración propia

En este mismo sentido, se puede observar que la duración de los programas se da de acuerdo al título que se otorga a los futuros egresados, ya que es una relación directamente proporcional en la mayoría de casos, dado que entre mayor es el tiempo de duración del programa, mayor es el nivel del título académico en la educación superior. Este factor puede variar de acuerdo a la normatividad y regulación de cada país. A continuación, se plasma como aquellos programas que otorgan el título de técnico superior duran 6 semestres y aquellos de licenciado varían entre 8 y 10 semestres de estudio.

DENOMINACION	TITULO PROFESIONAL	DURACIÓN
Técnico superior en turismo	Técnico superior en turismo	6 semestres
Turismo	Técnico superior en turismo	6 semestres
Licenciatura en turismo	Licenciado en turismo	8 cuatrimestres
Licenciatura en turismo	Licenciado en turismo	10 cuatrimestres
Licenciatura en turismo	Licenciado en turismo	8 cuatrimestres
Licenciatura en administración hotelera	Licenciado en administración hotelera	8 cuatrimestres

Tabla 29 Relación entre duración y título otorgado-Argentina
Fuente: Elaboración propia

En este caso, la totalidad de los programas se desarrollan de manera presencial.

- **Bolivia**

Bolivia se ha integrado a diferentes entidades turísticas como apoyo y apalancamiento para trabajar de manera positiva por el sector turístico.

Para este país, la oferta identificada son 4 instituciones, cada una con un programa: la Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, Universidad UCEBOL, Universidad NUR y Universidad Autónoma Tomas Frías, está última siendo la única de carácter público.

NATURALEZA DE LA INSTITUCIÓN	CANTIDAD
Privada	3
Pública	1
Total	4

Tabla 30 Naturaleza de las instituciones- Bolivia
Fuente: Elaboración propia

Una vez identificadas las instituciones, se considera relevante conocer las diferentes denominaciones de los programas que tienen afinidad con el programa objeto de estudio de la presente investigación “Administración de Empresas Turísticas”, los cuales son: Administración en turismo, Licenciatura en turismo y Turismo, es de aclarar que esta última denominación es la misma en dos universidades.

A continuación se presenta según la denominación del programa ya mencionada, la duración de cada uno en términos de semestres, haciendo la anotación de la variación que se alcanza a percibir entre dos programas, que aunque con la misma denominación de “Turismo”, son ofertados por dos entidades diferentes y que en este caso se evidencia como las políticas de cada una influye en la determinación del pensum de estudio y por ende en la duración total, de modo que uno de ellos dura 8 semestres en la Universidad NUR y el otro 9 semestres en la Universidad Autónoma Tomas Frías.

DURACIÓN	ADMINISTRACIÓN EN TURISMO	LICENCIATURA EN TURISMO	TURISMO	TOTAL
10 semestres		1		1

8 semestres	1		1	2
9 semestres			1	1
Total	1	1	2	4

Tabla 31 Duración de los programas de acuerdo a la denominación del programa- Bolivia
Fuente: Elaboración propia

Es importante hacer dos precisiones de acuerdo a la oferta de programas turísticos en algunas instituciones analizadas de Bolivia: respecto a la acreditación en alta calidad, ninguno de los programas cumple con este requisito, y en segunda instancia, las cuatro entidades ofertan el pregrado de manera presencial.

Lo que permite concluir que, en este país, no se identificaron programas objeto de comparación con el programa de la Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia que se analiza.

- **Costa Rica**

Continuando con el análisis de los países consultados miembros de la CONPEHT se encuentra Costa Rica con su oferta de programas afines al turismo. Se observa que estas instituciones están ubicadas en algunas de las ciudades más importantes como lo son San José y Heredia.

UNIVERSIDAD	DENOMINACION	DURACIÓN
Universidad de turismo	Administración hotelera	8 cuatrimestres
Universidad Latina de Costa Rica	Escuela profesional de turismo, hotelería y gastronomía	10 cuatrimestres

Tabla 32 Oferta de programas según universidades - Costa Rica
Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la información suministrada en la tabla anterior, es preciso acotar que todos los programas ofertados son de nivel profesional, sin embargo, la duración de estos se determina en términos de cuatrimestres, a diferencia de Colombia, que es por semestres.

A continuación, se presentan las especificaciones de las instituciones y programas analizados para dicho país.

UNIVERSIDAD	CIUDAD O ESTADO	DENOMINACIÓN	DURACIÓN	PRESEN. VIRTU.	ACREDITADO	ENTIDAD ACREDITADORA	TÍTULO PROFESIONAL	PÚBLICA O PRIVADA
Universidad de turismo	San José	Administración hotelera	8 cuatrimestres	Presencial	Acreditado	Onesup (consejo nacional de enseñanza superior universitaria privada).	Administrador hotelero	Privada
Universidad Latina de Costa Rica	Heredia	Escuela profesional de turismo, hotelería y gastronomía	10 cuatrimestre	Presencial	Acreditado	Sinaes-sistema nacional de acreditación de la educación superior	Profesionales en turismo y hotelería y gastronomía	Privada

Tabla 33 Especificaciones de instituciones y programas- Costa Rica
Fuente: Elaboración propia

En la tabla se observa que son dos las instituciones identificadas y aunque diferentes, se encontraron algunas similitudes que cabe mencionar, puesto que ambas instituciones son privadas y ofertan el programa de manera presencial; ambas tienen acreditación en alta calidad; no obstante cada una por distintas entidades: la Universidad de Turismo por el Consejo Nacional de Enseñanza Superior Universitaria Privada y la Universidad Latina de Costa Rica por el Sistema Nacional de Acreditación de la Educación Superior.

- **Ecuador**

Ecuador también ha sido uno de los países que ha visualizado en el turismo una actividad para complementar su economía, y en este sentido ha venido trabajando para fortalecer el sector.

La oferta de programas que se reconocen para este país está compuesta por 6 instituciones diferentes:

UNIVERSIDAD	DENOMINACION
Universidad de especialidades turísticas	Carrera de turismo
Universidad Espíritu Santo	Turismo y hotelería
Puce - Pontificia Universidad católica de Ecuador	Gestión hotelera
Puce Ibarra	Administración turística
Puce Santo Domingo	Turismo
Universidad de Azuay	Turismo

Tabla 34 Listado de universidades y programas - Ecuador
Fuente: elaboración propia

Todos los programas que se identificaron son profesionales. Es de anotar que la duración de la educación superior para este tipo de programas en Ecuador está determinada en semestres, donde 83% de los programas estudiados duran 9 semestres, y tan solo uno con 17% es de 8 semestres académicos.

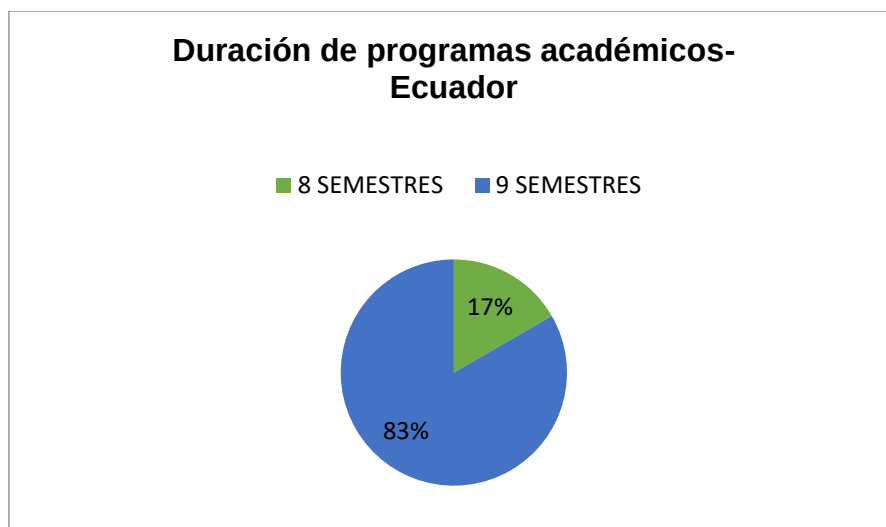


Gráfico 14 Duración de programas académicos- Ecuador
Fuente: Elaboración propia

Continuando con el análisis de los programas, es preciso evaluar la acreditación de estos, puesto que este se convierte en un factor muy trascendental al momento de atraer público para su oferta y de preparar excelentes personas para responder al medio.

De un total de 6 programas, solo 2 de ellos se encuentran acreditados, por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA).

ESTADO DEL PROGRAMA	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Acreditado	2
N/a	4
Total	6

Tabla 35 Estado de los programas - Ecuador
Fuente: Elaboración propia

Finalmente, de la oferta académica analizada en Ecuador, es importante decir que los seis programas se sirven de manera presencial, y una particularidad es que el 100% de las instituciones son de carácter privado.

- **República Dominicana**

Se encontraron 10 instituciones de educación superior, pero dos de ellas, ofertan de a 2 pregrados, para un total de 12 programas identificados, que se presentan a continuación:

UNIVERSIDAD	DENOMINACION
Pontificia universidad católica madre y maestra	Administración hotelera
Universidad Apec	Licenciatura en administración turística y hotelera
Universidad iberoamericana Unibe	Dirección y gestión del turismo

Universidad dominicana o & m	Licenciatura en administración de empresas turísticas y hoteleras
Universidad del caribe Unicaribe	Administración hotelera
Universidad Autónoma de Santo Domingo	Licenciatura en administración de empresas turísticas y hoteleras
	Técnico superior en administración de servicios turísticos
Universidad central del Este	Licenciatura en hotelería y turismo
Universidad Católica Nordestana UCNE	Licenciatura en administración de empresas turísticas y hoteleras
Universidad Católica de Santo Domingo	Licenciatura en administración hotelera
	Licenciatura en administración turística
Universidad Pedro Enríquez Ureña	Carrera de administración hotelera

Tabla 36 Listado de instituciones y programas- República Dominicana
Fuente: Elaboración propia

De los 12 programas analizados, en la siguiente gráfica, se plasma que 11 de ellos se brindan de manera virtual, y uno no especifica la modalidad en la formación; factor que sería importante analizar, ya que no significa que no exista oferta de programas de manera virtual, solo que las instituciones analizadas no incluyen la modalidad para dichos programas.

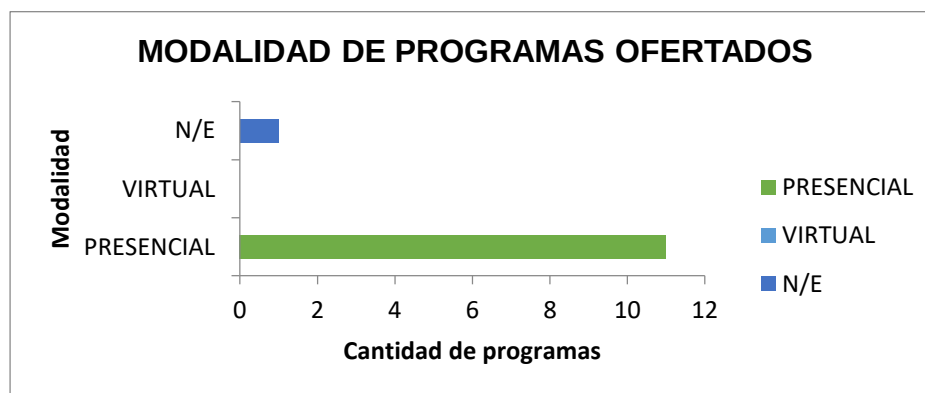


Gráfico 15 Modalidad de programas ofertados- República Dominicana
Fuente: Elaboración propia

El tema de calidad en la educación en República Dominicana se ha trabajado en torno a la acreditación, ya que a nivel internacional se concibe la calidad como excelencia y como un factor de ventaja competitiva y comparativa respecto a otros programas.

Sin embargo, aunque no todos los programas se encuentran acreditados, hay 1 que también hace uso de la certificación, como una estrategia de trabajo para la mejora continua. Ver gráfica a continuación.

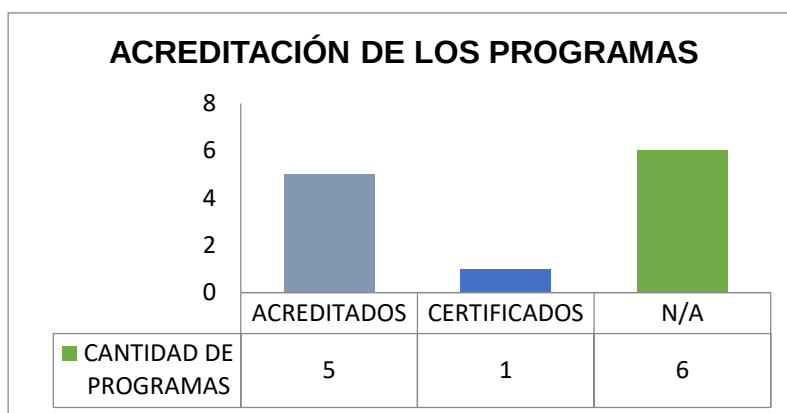


Gráfico 16 Acreditación de los programas- República Dominicana
Fuente: Elaboración propia

Primeramente, es importante hacer mención de aquellos programas que se encuentran acreditados y las respectivas entidades acreditadoras para República Dominicana:

- La Licenciatura en Administración Turística y Hotelera (de la Universidad APEC) – acreditada por la Asociación Dominicana para el Autoestudio y la Acreditación (ADAAC)
- La Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y el programa Técnico Superior en Administración de Servicios Turísticos (ambos de la Universidad Autónoma de Santo Domingo) - acreditados por la Red Internacional de Evaluadores (RIEV)
- La Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas (de la Universidad Católica Nordestana UCNE)- acreditada por el Ministerio de Educación

Superior Ciencia y Tecnología (MESCyT) y la Asociación Dominicana para el Autoestudio y la Acreditación (ADAAC)

- Carrera en Administración Hotelera (de la Universidad Pedro Enriquez Ureña)- acreditado por el Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCyT)

Y no menos importante, el programa Dirección y Gestión del Turismo de la Universidad Iberoamericana, que cuenta con el certificado TedQual, impartido por la Fundación Themis de la Organización Mundial del Turismo.

Finalmente, para analizar las instituciones, como las organizaciones que brindan la oferta de estudio, del total de 10 entidades halladas, la gran mayoría son de carácter privado y tan solo una de orden público, como se especifica en la siguiente tabla.

NATURALEZA DE LAS INSTITUCIONES	CANTIDAD
Pública	9
Privada	1
Total	10

Tabla 37 Naturaleza de las Instituciones- República Dominicana
Fuente: Elaboración propia

- **España**

Inicialmente se identifican tres instituciones miembros CONPEHT, como se presenta a continuación cada una de ellas oferta diferentes programas. Cabe hacer la anotación que la Universidad de Islas Baleares, oferta el mismo programa, Grado en Turismo, en tres de sus islas (Mayorca, Ibiza y Menorca), pero conserva su objeto y plan de estudio idéntico en cada una de ellas.

UNIVERSIDAD	DENOMINACION
Escuela de hostelería y turismo de Sant Pol del Mar	Grado universitario en gestión hotelera y turística
Universidad Antonio de Nebrija	Grado en turismo
	Relaciones internacionales + turismo
	Creación, administración y dirección de empresas + turismo

	Turismo + marketing y comunicación comercial
Universitat de les Illes Balears	Grado en turismo
	Grado en administración de empresas y grado en turismo
	Grado en economía y grado en turismo

Tabla 38 Oferta de programas - España
Fuente: Elaboración propia

Una vez identificadas las instituciones que ofertan los programas afines al turismo, objeto de estudio de dicha investigación, se hace interesante conocer la naturaleza de estas, encontrando que de un total de 3 instituciones (67%), 2 son de carácter privado (33%) y solo una es pública, que se verán representadas en el siguiente gráfico.

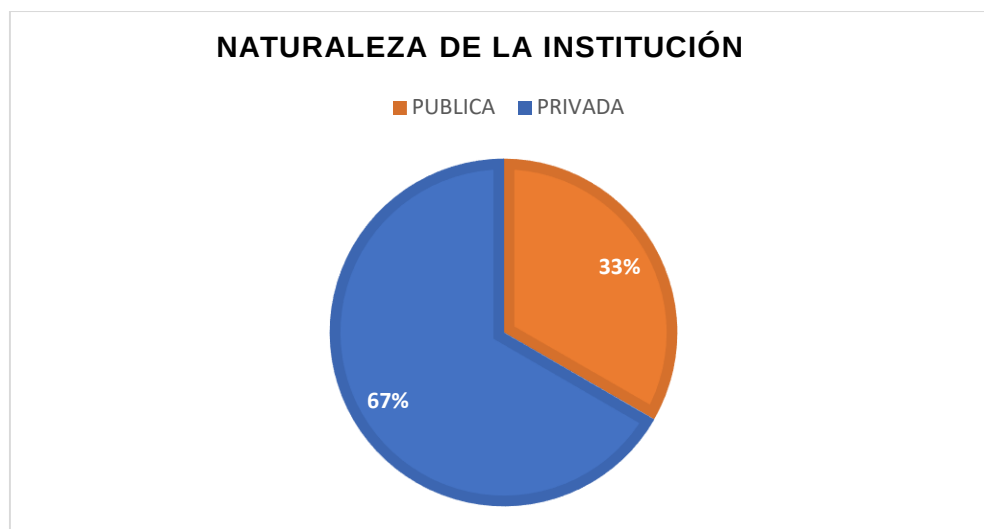


Gráfico 17 Naturaleza de las instituciones- España
Fuente: Elaboración propia

Una vez analizados las instituciones, es preciso ahondar en las características de los programas ofertados, de manera que a continuación se presenta su duración en años, programas acreditados en alta calidad y su modalidad de estudio.

Se hace importante destacar que este caso, en las instituciones identificadas en España, se ofertan programas con doble titulación, es aquí donde se reconoce una particularidad, de un total de 8 programas, 3 de ellos tienen una duración de 4 años,

y los 5 restantes duran 5 años, haciendo la anotación que aquellos cinco son los que se ofertan con doble titulación; la denominación de estos programas incluyen el turismo más la adición de otro enfoque, como el marketing, relaciones internacionales, administración de empresas, entre otros.

DENOMINACION	DURACIÓN
Grado universitario en gestión hotelera y turística	4 años
Grado en turismo	4 años
Relaciones internacionales + turismo	5 años
Creación, administración y dirección de empresas + turismo	5 años
Turismo + marketing y comunicación comercial	5 años
Grado en turismo	4 años
Grado en administración de empresas y grado en turismo	5 años
Grado en economía y grado en turismo	5 años

Tabla 39 Discriminado de programas y su duración en años-España
Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la agrupación de la cantidad de programas según los años de duración.

DURACIÓN DE LOS PROGRAMAS (AÑOS)	CANTIDAD DE PROGRAMAS
5 años	5
4 años	3

Tabla 40 Agrupación de programas según su duración – España
Fuente: Elaboración propia

Continuando con el análisis de los programas, se evalúa la modalidad en que las personas pueden estudiar, teniendo en cuenta las diferentes alternativas que existen, para el caso de los programas de las instituciones españolas, los hallazgos se describen a continuación:

MODALIDAD DE LOS PROGRAMAS	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Presencial	7
Virtual	0
Mixta	1

Total	8
--------------	----------

Tabla 41 Agrupación de programas según su modalidad - España
Fuente: Elaboración propia

De un total de 8 programas, el 87.5% son ofertados en la modalidad presencial, y el 12.5% de ellos, es decir un programa, de manera mixta, con la posibilidad de ver algunas asignaturas de manera presencial y algunas complementarias desde la virtualidad.

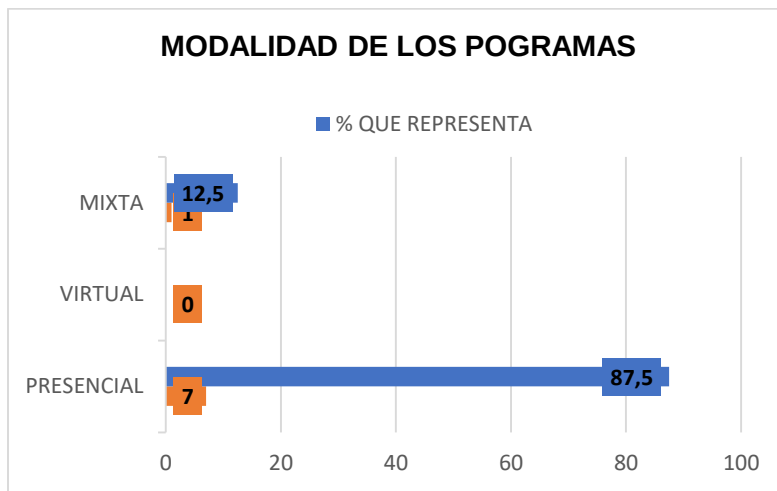


Gráfico 18 Modalidad de los programas – España
Fuente: Elaboración propia

Finalmente es preciso resaltar el factor de la acreditación en alta calidad, ya que, de un total de 8 programas analizados, todos cuentan con acreditación, por parte de la entidad encargada a nivel nacional que es la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación).



Gráfico 19 Acreditación de los programas- España
Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Programas de posgrado en turismo en el contexto nacional

Se realiza el análisis de la oferta de programas de posgrado afines al turismo en Colombia; para llevar a cabo esto, se realizó una búsqueda de información secundaria en la página del Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), sistema de información que ha sido creado para responder a las necesidades de información de la educación superior en Colombia. En este sistema se recopila y organiza la información relevante sobre la educación superior que permite hacer planeación, monitoreo, evaluación, asesoría, inspección y vigilancia del sector.

Este sistema como fuente de información, en relación con las instituciones y programas académicos aprobados por el Ministerio de Educación Nacional, consolida y suministra datos, estadísticas e indicadores (SNIES), la cual arrojó un listado de información con los programas de posgrado, sus respectivas instituciones, ciudades en donde se ofertan, estado del programa, registro calificado, entre otros elementos que se pueden filtrar de acuerdo al objetivo de la investigación.

Para este caso, el listado de ciudades que se tuvieron en cuenta según los resultados fueron: Bogotá, Bucaramanga, Cali, Duitama, Girardot, Pereira, Riohacha, Santa Marta y Tunja. Ciudades donde se encuentran las instituciones de educación que le han apostado a la oferta de programas de posgrados en turismo, como una estrategia para aportar a la especialización de la educación de personas del sector, para que puedan responder desde niveles más altos, a las necesidades cambiantes del mercado turístico en el ámbito regional, nacional e internacional.

Además de considerar una serie de criterios, a la hora de elegir las instituciones y programas objeto de estudio para la caracterización de la oferta académica de posgrados en turismo, los cuales es importante mencionar para su conocimiento:

- Número de programas en el área según nivel de formación (posgrado).

- Número de programas en el área según metodología de enseñanza
- Número de programas acreditados en el área según nivel de formación
- Número de programas en el área según nivel de formación
- según naturaleza de la Institución
- Número de programas en el área según nivel de formación (posgrado) y tipo de Institución

Una vez, obtenido el conocimiento de los anteriores parámetros, es preciso ahondar en los resultados, donde se identificaron un total de 74 instituciones en los 6 programas de posgrados en turismo a nivel profesional con denominación bien sea de especialización universitaria o maestría.

NOTA: Cabe hacer la anotación que aunque no se incluye en el siguiente análisis, por no ser directamente objeto de interés de acuerdo al nivel de formación, se hallaron 7 programas con denominación de especialización tecnológica, (Especialización Tecnológica en Turismo de Salud y Bienestar, impartida por el Politécnico Grancolombiano, la Especialización Tecnológica en Turismo Rural de la Fundación Universitaria San Mateo y la Especialización Tecnológica en Gestión del Ecoturismo, ofertada en diferentes ciudades por el Servicio Nacional de Aprendizaje- SENA).

Teniendo en cuenta la anterior anotación, el análisis que a continuación se presenta sobre la oferta de programas de posgrados en turismo en Colombia, se realiza con base en los programas que conservan la denominación de profesional o universitaria y maestrías

CIUDAD O ESTADO	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Duitama	1
Bogota D.C.	3
Bucaramanga	1
Riohacha	1
TOTAL	6

Tabla 42 Cantidad de instituciones analizadas con programas de posgrado en turismo
Fuente: Construcción Propia

Como se evidencia en la Tabla 42, Bogotá como capital contiene el 50% de las instituciones que ofertan programas de posgrado en turismo, no obstante, es interesante observar qué ciudades principales como Cali, Medellín, Cartagena no registran instituciones. Además, se debe considerar que, aunque solo se identifican 4 ciudades, hay un total de 6 instituciones, cada una ofertando un tipo de programa dentro de la modalidad de posgrado, para un total de 6 programas, descritos a continuación:

CIUDAD O ESTADO	UNIVERSIDAD	DENOMINACION
Bogotá D.C.	Universidad externado de Colombia	Maestría en planificación y gestión del turismo
	Universidad escuela de administración de negocios-Ean	Especialización en gerencia de empresas de turismo y ocio
	Corporación universitaria UNITEC	Especialización marketing estratégico para hotelería y turismo
Bucaramanga	Universidad autónoma de Bucaramanga - UNAB-	Especialización en turismo cultural
Duitama	Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia - UPTC	Especialización en planificación del turismo sostenible
Riohacha	Universidad de la Guajira	Maestría en gestión y desarrollo turístico sostenible

Tabla 43 Universidades y oferta de programas de posgrado por ciudad
Fuente: Construcción Propia

De acuerdo a la anterior información y a la denominación de los programas, se hace necesario, analizar el nivel de formación de la oferta de posgrados, ya que parte del objeto de estudio.

Del total de programas identificados, dos (2) son de maestría y cuatro (4) son especialización universitaria.

NIVEL DE FORMACIÓN	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Maestría	2

Especialización universitaria	4
Total	6

Tabla 44 Nivel de formación de los programas de posgrado
Fuente: Construcción Propia

Con base en la anterior tabla, también se hace preciso mencionar, que el nivel de formación tiene relación con la duración de los programas, ya que ambos programas de maestría tienen una duración de 4 semestres, mientras que los que tienen un nivel de especialización universitaria duran un año (2 semestres).

METODOLOGÍA	CANTIDAD DE PROGRAMAS
Presencial	4
Virtual	2
Total	6

Tabla 45 Metodología de los programas
Fuente: Construcción Propia

Son diversas las metodologías en las que se puede brindar un programa. En este caso se identifican dos modalidades: la presencial y la virtual, encontrando que hay cuatro y dos programas respectivamente para ese tipo de metodología; cabe precisar que los dos programas que se ofertan de manera virtual, son especializaciones (en Gerencia de Empresas de Turismo y Ocio y en Turismo Cultural).

Teniendo en cuenta la acreditación como otro de los factores a analizar, primeramente, se logró reconocer que el total de los programas cuenta con el registro calificado emitido por el Ministerio de Educación Nacional, considerando este como “la licencia que el MEN otorga a un programa de Educación Superior cuando demuestra ante el mismo que reúne las condiciones de calidad que la ley exige. El Estado en concertación con el sector educativo superior, define y evalúa permanentemente esas condiciones de calidad, tanto para programas como para Instituciones.” (Ministerio de Educación Nacional)



Gráfico 20 Programas con Registro Calificado
Fuente: Construcción Propia

Por último y no menos importante, se considera el sector al que pertenecen las instituciones que ofertan estos programas de posgrado, presentando el resultado en la siguiente tabla 46:

SECTOR	CANTIDAD DE INSTITUCIONES
Público	2
Privado	4
Total	6

Tabla 46 Sector al que corresponden las instituciones analizadas
Fuente: Construcción Propia

Con la intención de entregar un poco más de especificidad, las dos instituciones de carácter público son: la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia- UPTC con la oferta de una especialización y la Universidad de la Guajira ofertando una maestría.

Y las cuatro Universidades del sector privado se describen a continuación con su respectiva oferta:

- Universidad Externado de Colombia- Maestría
- Universidad Autónoma de Bucaramanga- UNAB- Especialización
- Universidad Escuela en Administración de Negocios- EAN –Especialización
- Corporación Universitaria UNITEC- Especialización

5.2. Sondeo de planes de estudio de programas de turismo en Colombia acreditados en alta calidad

5.2.1. Programas de turismo en Colombia acreditados en alta calidad

La acreditación¹¹ en alta calidad en el país es conferida por el Consejo Nacional de Acreditación (CNA) organismo de naturaleza académica que hace parte del Sistema Nacional de Acreditación (SNA), vinculado al Ministerio de Educación Nacional – MEN-.

En el país como se mencionó en párrafos anteriores, de los 17 programas que ofertan turismo, solo 4 de ellos, al momento de realizar el estudio, contaban con acreditación en alta calidad como se presenta en la tabla 47

INSTITUCIÓN	PROGRAMA
Universidad Externado de Colombia	Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
UPTC- Universidad Tecnológica y Pedagógica de Colombia	Administración Turística y Hotelera
Fundación Universitaria los Libertadores	Administración Turística y Hotelera por Ciclos Propedéuticos
Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia	Administración de Empresas Turísticas

Tabla 47 Instituciones Acreditadas- Colombia
Fuente: Elaboración Propia

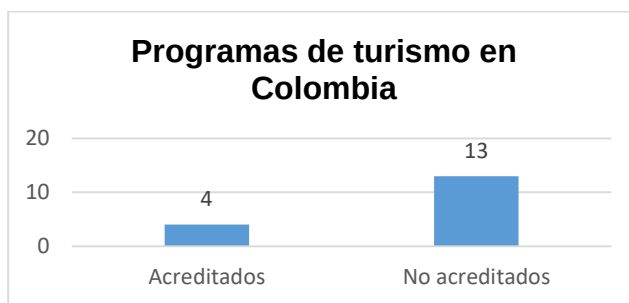


Gráfico 21 Acreditación en Alta Calidad- Colombia
Fuente: Elaboración Propia

¹¹La acreditación es el reconocimiento por parte del Estado, de la calidad de las instituciones de educación superior y de programas académicos (CNA -Consejo Nacional de Acreditación, s.f.)

5.2.2. Planes de estudio y perfil del egresado de los 4 programas acreditados en el país

- **Universidad Externado de Colombia - Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

Propósito de formación:

Son objeto de estudio de la Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras las organizaciones del sector Turismo, entendidas como sistemas sociales, artificiales, dinámicos y complejos, conformadas con el propósito de cumplir unos objetivos. Entre estas organizaciones se pueden mencionar: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, aerolíneas, empresas de transporte terrestre, líneas de cruceros marítimos, promotoras y entes gubernamentales de turismo nacional, regional y local. Incluso un Administrador de Empresas Turísticas está en capacidad de orientar clínicas, hospitales y centros de acondicionamiento físico y mental. Hace parte también, de su objeto de estudio, la Gestión de esas organizaciones, a partir de la comprensión de las relaciones que se dan en su interior y con su entorno, del proceso de toma de decisiones y de la aplicación de conceptos derivados del pensamiento administrativo.

Perfil del egresado:

El Administrador de Empresas Turísticas egresado de la Universidad de Medellín es una persona con formación integral fundamentada en la libertad y en la responsabilidad social, competente para dirigir organizaciones turísticas en ambientes complejos y cambiantes, y capaz de gestionar nuevas culturas organizacionales. El egresado responde a las necesidades del sector Turístico, con posibilidades de crear su propia empresa o de desempeñarse en cualquier organización de los sectores público y privado.

Plan de estudio

Nivel 1	Créditos
Asignaturas	



Actividad Deportiva o Cultural	0
Expresión escrita	3
Cátedra Institucional Ciencia y Libertad	2
Cálculo Diferencial	3
Administración y Organizaciones	3
Contabilidad	3
Negocios Internacionales	2
Principios Generales del Derecho	2
Mercadeo	2
Total	20
Nivel 2	Créditos
Asignaturas	
Cálculo integral	3
Estrategia y Estructura	3
Economía	3
Costos	3
Legislación Comercial	3
Libre Elección I	2
Total	17
Nivel 3	Créditos
Asignaturas	
Microeconomía	3
Finanzas	4
Geopolítica	2
Legislación Laboral	3
Libre Elección II	2
Teoría del Turismo	3
Total	17
Nivel 4	Créditos
Asignaturas	
Estadística	3
Cultura Organizacional	3
Macroeconomía	3
Libre Elección III	2
Legislación Turística	3
Turismo y Sociedad	3
Total	17
Nivel 5	Créditos
Asignaturas	
Toma de Decisiones	3
Política Económica	2

Complementaria I	2
Turismo y Desarrollo	3
Planificación y Políticas para el Turismo	3
Geografía para el Turismo	4
Total	17
Nivel 6	Créditos
Asignaturas	
Formulación y Evaluación de Proyectos	4
Complementaria II	2
Investigación de Mercados Turísticos	4
Gestión del Talento Humano	4
Gestión del Patrimonio y la Cultura	3
Total	17
Nivel 7	Créditos
Asignaturas	
Complementaria III	2
Diseño de Productos y Servicios Turísticos	3
Organización Profesional de Certámenes	4
Gestión de la Hospitalidad	4
Gestión de Empresas Gastronómicas y Catering	4
Total	17
Nivel 8	Créditos
Asignaturas	
Mercadeo de Productos y Servicios Turísticos	3
Gestión del Ocio	2
Gestión de Empresas de Transporte Turístico	3
Gestión de Proyectos Turísticos	3
Gestión de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos	3
Línea de Énfasis I	3
Total	17
Nivel 9	Créditos
Asignaturas	
Gestión del Servicio	2
Línea de Énfasis II	3
Línea de Énfasis III	3
Trabajo de Grado o Práctica Empresarial o Proyecto de Grado	9
Total	17

Tabla 48 Plan de estudio Universidad Externado de Colombia
Fuente: Universidad Externado de Colombia

- **Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC -
Administración Turística y Hotelera**

Objetivo general:

Formar profesionales íntegros, competitivos y capaces de emprender y gestionar organizaciones que desarrollen la actividad turística y de la hospitalidad desde la perspectiva de la sustentabilidad, como alternativa estratégica de desarrollo personal, económico, social, cultural y ambiental.

Objetivos específicos:

Formular y ejecutar planes de investigación en el campo de la Administración Turística y Hotelera en especial aquellos orientados al diseño, experimentación, evaluación divulgación de métodos y procedimientos que mejoren el ejercicio de la actividad al sector.

Formar profesionales para el ejercicio de la actividad turística hotelera en cargos directivos, administrativos, de asesoría que requiere el país.

Prestar servicios de asesoría y extensión y, específicamente capacitar, perfeccionar el personal ya vinculado al sector Turístico-Hotelero.

Perfil Profesional:

- El egresado es un profesional idóneo para desempeñarse en los diversos niveles de la administración de entidades turísticas, empresas hoteleras y gastronómicas tanto públicas, como privadas, con amplios y sólidos conocimientos en las áreas financiera, administrativa, mercadeo, producción y prestación de servicios.
- La formación integral se consolida con la incorporación de valores y formación humanística, científica, tecnológica e investigativa, complementada con el conocimiento de un idioma extranjero, fundamentalmente el inglés que le permite al egresado participar exitosamente en la industria turística y en el sector de la hospitalidad.

Perfil Ocupacional:

- El Administrador Turístico y Hotelero puede desempeñarse con éxito a nivel directivo y operativo en las diversas unidades productivas de la actividad turística y la industria hotelera.
- En el sector público puede desempeñarse como director de oficinas de turismo de entidades territoriales, oficinas de planeación e investigación turística, fondos de promoción turística, gestión de guianza turística, organización de eventos; asesorías; consultorías.
- En las organizaciones de Viajes como Gerente de agencias de viajes, director del área del turismo doméstico, turismo internacional, planeación de servicios, director de reservas; organización de congresos y convenciones; transporte turístico y funcionario de aerolíneas.
- En organizaciones gastronómicas y hoteleras como gerente, ejecutivo de alimentos y bebidas, alojamiento, ventas; consultor y asesor.

ASIGNATURAS	CRÉDITOS	ÁREA
PRIMER SEMESTRE		
CÁLCULO DIFERENCIAL	4	INTERDISCIPLINAR
CÁTEDRA UNIVERSIDAD Y ENTORNO	3	GENERAL
COMPETENCIAS COMUNICATIVAS	4	GENERAL
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	3	INTERDISCIPLINAR
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN EL APRENDIZAJE	3	DISCIPLINAR Y PROFUNDIZACIÓN
TEORÍA Y PRÁCTICA TURÍSTICA	3	DISCIPLINAR Y PROFUNDIZACIÓN
SEGUNDO SEMESTRE		
CÁLCULO INTEGRAL	3	INTERDISCIPLINAR
CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS	4	DISCIPLINAR Y PROFUNDIZACIÓN
ÉTICA Y POLÍTICA	4	GENERAL
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	3	INTERDISCIPLINAR
MICRO ECONOMÍA	3	INTERDISCIPLINAR
PLANEACIÓN Y CONTROL	3	INTERDISCIPLINAR
TERCER SEMESTRE		
SOCIOHUMANÍSTICA I	3	GENERAL
ANÁLISIS Y DISEÑO ORGANIZACIONAL	3	INTERDISCIPLINAR
CULTURA GASTRÓNOMICA I	4	DISCIPLINAR Y PROFUNDIZACIÓN



LEGISLACIÓN COMERCIAL Y TRIBUTARIA	3	INTERDISCIPLINAR	
MACROECONOMÍA	3	INTERDISCIPLINAR	
SOCIOLOGÍA DEL TURISMO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
CUARTO SEMESTRE			
CONTABILIDAD GENERAL	3	INTERDISCIPLINAR	
CULTURA GASTRONÓMICA II	4	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
ESTADÍSTICA Y PROBABILIDAD	3	INTERDISCIPLINAR	
NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
OPERACIÓN HOTELERA	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SOCIOHUMANÍSTICA II	3	GENERAL	
QUINTO SEMESTRE			
CONTABILIDAD DE COSTOS	3	INTERDISCIPLINAR	
ECONOMÍA SECTORIAL	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
ENOLOGÍA Y TÉCNICAS DE SERVICIO	4	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
GEOGRAFÍA TURÍSTICA I	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
GESTIÓN DE LA HOSPITALIDAD	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
INFERENCIA ESTADÍSTICA	3	INTERDISCIPLINAR	
SEXTO SEMESTRE			
GEOGRAFÍA TURÍSTICA II	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
GERENCIA EMPRESARIAL	3	INTERDISCIPLINAR	
GESTIÓN GASTRONÓMICA	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
MATEMÁTICA FINANCIERA	3	INTERDISCIPLINAR	
MERCADOTECNÍA	3	INTERDISCIPLINAR	
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SÉPTIMO SEMESTRE			
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	3	INTERDISCIPLINAR	
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3	INTERDISCIPLINAR	
PATRIMONIO CULTURAL UNIVERSAL	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SEMINARIO DE ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SEMINARIO DE EMPRENDERISMO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
TEORÍAS MODERNAS DE LA ORGANIZACIÓN	3	INTERDISCIPLINAR	
OCTAVO SEMESTRE			
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	3	INTERDISCIPLINAR	
MERCADEO TURÍSTICO Y HOTELERO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
PATRIMONIO CULTURAL COLOMBIANO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
PRESUPUESTOS	3	INTERDISCIPLINAR	
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
NOVENO SEMESTRE			
ADMINISTRACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SEMINARIO DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SEMINARIO DE GESTIÓN TURÍSTICA LOCAL	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
SEMINARIO DE IMÁGEN Y PROTOCOLO	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
DÉCIMO SEMESTRE			
PASANTÍAS	3	DISCIPLINAR PROFUNDIZACIÓN	Y
TRABAJO DE GRADO			

Tabla 49 Plan de estudio - Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

Fuente: UPTC

- **Fundación Universitaria Los Libertadores - Administración Turística y Hotelera**

Perfil egresado

El egresado del programa de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera tendrá capacidad para realizar un planeamiento táctico y operativo en los procesos fundamentales en empresas de alojamiento, de gastronomía y turísticas; con habilidades para identificar y resolver problemas, liderar equipos efectivos de trabajo y promocionar paquetes y servicios turísticos; todo lo anterior bajo un marco de sostenibilidad, ética, creatividad, uso de tecnologías e innovación.

El profesional universitario del Programa Administración Turística y Hotelera tendrá pensamiento estratégico, con capacidad de liderar y dirigir organizaciones del sector turístico y de intervenir éticamente en el desarrollo turístico de las regiones, mediante la elaboración de planes y proyectos sostenibles. Tendrá habilidades y destrezas para detectar oportunidades de nuevos negocios, diseñar productos turísticos innovadores y desarrollar estrategias de mercadeo y promoción.



Nivel Tecnológico

Primer semestre	Créditos	Segundo semestre	Créditos	Tercer semestre	Créditos
Cátedra Libertadora	2	Lenguaje y Comunicación	2	Inglés III	2
Inglés I	2	Inglés II	2	Probabilidad y Estadística	3
Pensamiento Lógico Matemático	2	Cálculo Diferencial	3	Fundamentos de Economía de Empresas	3
Teoría de las Organizaciones I	3	Procesos Administrativos	3	Sistemas Globales de Distribución	2
Fundamentos de Contabilidad	3	Costos	3	Servicio de Alimentos y Bebidas	2
Fundamentación Turística y Geografía Turística	5	Agencias de Viajes	2	Operación de Alimentos y Bebidas	3
		Recepción y Habitaciones	2	Sistemas Hoteleros	2

Cuarto semestre	Créditos	Quinto semestre	Créditos	Sexto semestre	Créditos
Inglés IV	2	Fundamentos de Investigación	2	Introducción al Pensamiento Complejo	2
Estadística Inferencial	3	Investigación de Operaciones y Producción	4	Proyecto	2
Matemáticas Financieras	3	Emprendimiento	2	Técnicas de Pensamiento Creativo e Introducción a la Gerencia	2
Fundamentos de Mercadeo	3	Derecho de Empresa	3	Organizaciones, cultura y Comunicación	2
Conservación de Alimentos y Bebidas	2	Producción de Alimentos y Bebidas	2	Análisis Financiero	2
Control de Alojamiento	2	Práctica Tecnológica I	4	Salidas Pedagógicas	2
Electiva I	2	Promoción de Servicios Turísticos	2	Práctica Tecnológica II	4
				Electiva II	2

Nivel Profesional

Séptimo semestre	Créditos	Octavo semestre	Créditos	Noveno semestre	Créditos
Ética y Responsabilidad Social	2	Inglés Profesional II	2	Negocios y relaciones Internacionales	3
Inglés Profesional I	2	Innovación y Gestión del Conocimiento	3	Formulación y Evaluación de Proyectos	3
Macroeconomía	2	Desarrollo Sostenible	2	Administración Pública del Turismo	2
Investigación de Mercados y Emprendimiento	3	Estrategia	3	Finanzas Corporativas	3
Liderazgo y Competencias Gerenciales	3	Administración Financiera	3	Organización de Eventos	2
Promoción y Desarrollo del Talento Humano	2	Tendencias y Prospectiva del Sector Turístico	2	Inventario Turístico	2
Costos Hoteleros	3	Electiva III	2	Electiva IV	2

Décimo semestre	Créditos
Proyecto	2
Planeamiento Turístico y Desarrollo Regional	3
Productos Turísticos	2
Práctica Profesional	4
Planta Física Hotelera	3
Electiva V	2

Figura 1 Plan de estudio - Fundación Universitaria Los Libertadores

Fuente: Fundación Universitaria Los Libertadores

- **Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia – Programa Administración de Empresas Turísticas**

Objeto de Estudio

El Administrador de Empresas Turísticas es un profesional que diseña y desarrolla, productos y servicios que satisfagan las necesidades del usuario en cuanto a actividades de intermediación, hospedaje, alimentación, eventos y utilización del tiempo libre, dentro de un marco de competitividad y desarrollo sostenible aplicando nuevas tecnologías asociadas al turismo y en armonía con las políticas sectoriales. También es el encargado de diseñar, mercadear y evaluar la oferta turística de una región u organización, en condiciones de atractividad para los potenciales usuarios y de rentabilidad humana y económica para los prestadores de servicios.

Perfil del egresado

El Profesional en Administración de Empresas Turísticas está en capacidad de desempeñar cargos como:

- Administradores de servicios de alojamiento, intermediación, transporte y eventos.
- Directores de oficinas de turismo.
- Administradores de destinos turísticos.
- Planificadores turísticos.
- Directores de mercadeo.
- Jefes de área (recepción, reservas, alojamiento, ventas, comercial, producción, logística, compras).
- Investigador (Principal/auxiliar)
- Docente a nivel técnico y tecnológico.
- Gerentes de empresas de turismo.
- Creadores de empresas turísticas.



SEMESTRE 1		SEMESTRE 2	
ASIGNATURA	CRÉDITOS	ASIGNATURA	CRÉDITOS
ADMINISTRACIÓN I	3	ADMINISTRACIÓN II	3
ANÁLISIS DEL ENTORNO TURÍSTICO	3	EMPRESAS TURÍSTICAS	5
ÉTICA PROFESIONAL	2	ESTADOS FINANCIEROS	3
HABILIDADES COMUNICATIVAS	2	MATEMÁTICAS APLICADA	3
INTRODUCCIÓN AL TURISMO	3	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	3
MATEMÁTICAS I	3		
SEMESTRE 3		SEMESTRE 4	
ASIGNATURA	CRÉDITOS	ASIGNATURA	CRÉDITOS
ESTADÍSTICA	3	CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	3
COSTOS Y PRESUPUESTOS	3	GERENCIA DEL TALENTO HUMANO	3
DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION	3	INGENIERÍA ECONÓMICA	3
ECONOMÍA PARA LA TOMA DE DECISIONES	3	LEGISLACIÓN EMPRESARIAL	3
PROTOCOLO EMPRESARIAL	2	OPTATIVA SECTORIAL I	3
SEMINARIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DERECHOS CIUDADANOS	2	PRUEBA SEGUNDA LENGUA B1	0
SEMESTRE 5		SEMESTRE 6	
ASIGNATURA	CRÉDITOS	ASIGNATURA	CRÉDITOS
ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD	3	ANÁLISIS Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	3
ELECTIVA I	2	DESTINOS Y GEOGRAFÍA TURÍSTICA I	4
FUNDAMENTOS DE MERCADEO	3	GEOPOLÍTICA	3
FUNDAMENTOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3
OPTATIVA PRODUCTOS TURÍSTICOS	2	OPTATIVA ESTRATÉGICA I	3
OPTATIVA SECTORIAL II	3		
SEMESTRE 7		SEMESTRE 8	
ASIGNATURA	CRÉDITOS	ASIGNATURA	CRÉDITOS
DESTINOS Y GEOGRAFÍA TURÍSTICA II	3	ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES	5
ELECTIVA II	2	ELECTIVA III	2
GERENCIA ESTRATÉGICA	3	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3
OPTATIVA ESTRATÉGICA II	3	OPTATIVA ESTRATÉGICA III	3
SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL	3	PRUEBA SEGUNDA LENGUA B2	0
TOURISM MANAGEMENT MARKETING	3	SEMINARIO DE EMPRENDIMIENTO	2
SEMESTRE 9			
ASIGNATURA		CRÉDITOS	
PRÁCTICA PROFESIONAL		16	

Figura 2 Plan de estudio - Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia

Fuente: IUCMA

5.3. Análisis de los referentes conceptuales institucionales y empresariales en torno a las tendencias del turismo

Como una forma de analizar los referentes institucionales y empresariales a nivel regional, nacional e internacional, se consideraron fuentes de información secundaria desde los cuales se definen lineamientos respecto al turismo, que determinan tendencias que responden a dinámicas en las que se desarrolla el sector

5.3.1. Contexto organizacional desde las instituciones y las empresas con respecto al turismo

Se presentan algunas instituciones u organizaciones a nivel internacional y nacional que dan pautas frente al turismo.

- **Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)**

La es una organización a nivel mundial, formada por 34 países, y a la cual Colombia está próxima pertenecer.

Desde esta organización se concentran en 4 aspectos relacionados con las tendencias y políticas del turismo, estos son:

- *Prioridades de las políticas del turismo: desde este aspecto se están interesando en las políticas de cada país y lo que puede suceder a un largo plazo teniendo en cuenta el presupuesto, cambios en los mercados y la evolución demográfica. Se pretende, además, crear nuevos empleos, promover el desarrollo regional y generar ingresos por exportaciones, además de implementar nuevos modelos financieros y uso de nuevas tecnologías. Desde esta organización se ve al turismo nacional como una fuente de ingresos en algunos periodos del año que brinda beneficios a la población vulnerable a través del turismo social.*
- *Hacer más fácil viajar, turismo y crecimiento: en el contexto económico, el turismo contribuye a la creación de empleos, el crecimiento económico y el desarrollo. Los países han adoptado diferentes estrategias en pro de la facilitación de los viajes entre estos se mencionan: modernización de los procesos, modificación de los requisitos para obtener visa, implementación*

de la e visa, visa al arribar, cruce fronterizo automatizado y programas de viajero confiable.

- *Impuestos y turismo: este aspecto considera en primera instancia, lo que recauda un país a partir del gasto del turista que posteriormente es orientado a la inversión en fomento de la promoción, creación de empleos, entre otros aspectos, para impulsar el desarrollo nacional. En otro sentido, se incentiva a los viajeros al consumo de bienes y servicios lo que genera cada vez más ingresos que se reinvierten en el país.*
- *Como aspecto final, la OCDE presenta recomendaciones claves con el fin de impulsar el desarrollo del turismo:*

“Mayor congruencia entre las políticas gubernamentales a fin de impulsar el crecimiento económico; las políticas respecto a temas como innovación, transporte, impuestos, calidad de servicios y visas influyen en el deseo de las personas de viajar y en la competitividad de los destinos; los gobiernos deberían prestar mayor atención a la evaluación de políticas de turismo, dada la generalizada presión que hay sobre las finanzas públicas en muchos países; tanto los gobiernos como la industria turística deben desarrollar competencias para ir al ritmo de los mercados. Los medios digitales y sociales demandan un cambio significativo en las estrategias de mercadotecnia, promoción y prestación de servicios, lo que significa llevar a cabo un mercadeo orientado a consumidores individuales y aprender a comunicarse con los turistas de la era digital; se necesita que las políticas de transporte y turismo estén mejor alineadas con las de energía sostenible a nivel nacional e internacional, dado el estrecho vínculo entre el turismo y el transporte aéreo y los riesgos asociados con el cambio climático; deben adoptarse medidas para identificar a los turistas genuinos de gran volumen y bajo riesgo, y facilitar que transiten con mayor libertad y eficacia, destinando los limitados recursos hacia donde se necesitan más a fin de proteger las fronteras y cumplir con los requerimientos económicos, de seguridad y otros. (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico OCDE, 2014, pág. 3)

- **Oficina Internacional del Trabajo sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable**

Las pautas que se resumen a continuación fueron el producto de la una reunión tripartita de expertos celebrada por la OIT, del 20 al 24 de febrero de 2017.

Las directrices sectoriales son instrumentos de referencia de la OIT para las aplicaciones de políticas, estrategias, programas, legislación, medidas administrativas y mecanismos de diálogo social en sectores económicos determinados o en un grupo de sectores. Estas pautas pueden aplicarse progresivamente según los diferentes contextos nacionales, culturales, sociales, económicos, ambientales y políticos.

El objetivo primordial es el logro de un trabajo decente en turismo y un turismo socialmente responsable. Se presenta a continuación una breve caracterización de los empleos que realiza la OIT:

- “El sector del turismo no sólo es relativamente intensivo en mano de obra. En muchos países también emplea a más mujeres y jóvenes que la mayoría de los demás sectores. A nivel mundial, la mayoría de sus trabajadores tienen menos de 35 años de edad, la mitad de los cuales tienen 25 años o menos, si bien está surgiendo un grupo de trabajadores de mayor edad en el sector. Por su parte, las mujeres representan entre el 60 y el 70 por ciento de la fuerza de trabajo turística en todo el mundo (OIT, 2013a). Los trabajadores migrantes también constituyen una gran proporción de los trabajadores de este sector”.
- “El hecho de que las pymes, y también grandes actores económicos como las cadenas hoteleras y de restaurantes y los operadores turísticos, se abastezcan de productos y servicios en el mercado local puede mejorar los medios de vida de las comunidades locales y asegurar que los países de destino de los visitantes se beneficien del efecto multiplicador que tiene el funcionamiento de las cadenas de suministro turístico. Cuando la oferta turística reviste modalidades ambientalmente sostenibles, el turismo garantiza que los recursos naturales locales no sean explotados hasta el agotamiento y mantiene actividades económicas a largo plazo en las comunidades locales y las localidades vecinas”.

- “Las empresas turísticas constituyen una importante fuente de innovación y diversificación económica y contribuyen a dar cuerpo al desarrollo de los países de destino, en particular mediante la adquisición de bienes e insumos de servicios en el mercado interior y la intensificación de los flujos de inversión”.
- “El turismo es un sector de servicios competitivo y en rápida evolución, que requiere adaptabilidad a las tendencias y la demanda del mercado. Ante la ausencia de legislación, las repercusiones de las nuevas tecnologías y las redes sociales, así como la función de los motores de búsqueda y la aparición de servicios de turismo privado a través de plataformas digitales (para transporte, alojamiento, restaurantes, etc.) han potenciado la informalidad y además ello está menoscabando los valores del trabajo decente. Las nuevas modalidades y plataformas pueden entonces requerir el establecimiento de nuevos marcos jurídicos”.
- “Las actuales tendencias sociales y demográficas, el cambio climático y los desastres naturales, así como la evolución actual de los valores de la sociedad y de las percepciones y hábitos de los consumidores favorecen el auge de nuevas tendencias y productos”.
- **Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación –ANECA– (2004)**

Es una fundación que se encarga de coordinar las políticas de gestión de la calidad de las universidades españolas para proporcionar una mejora en el ámbito nacional e internacional.

La agencia se ha ocupado de dos objetivos centrales:

1. La cultura de la evaluación de la calidad
2. El proceso de convergencia Europeo

En el logro de estos dos objetivos intervinieron el Ministerio de Educación y Ciencia, el Consejo de Coordinación Universitaria, las universidades y la Agencia Nacional y las Agencias regionales.

España tuvo un papel relevante en la implementación de principios de convergencia establecidos en la Declaración de Bolonia, en los cuales se destacan 3 retos:

- *“El cambio de la normativa legal y su adaptación a las nuevas condiciones en que se desenvuelve la actividad universitaria*
- *La convergencia europea: la Declaración de Bolonia y sus implicaciones en nuestro sistema universitario.*
- *El reto de la calidad: afrontarlo es responsabilidad principal de las propias universidades implementando competencias en los cuatro ejes fundamentales de la actividad universitaria.*

**Investigación*

**Docencia*

**Formación de profesionales*

**Gestión de sus propios servicios”*

El programa de Evaluación Institucional se encarga de preparar los programas para que enfrenten el proceso de evaluación de la enseñanza. En España la Ley de Universidades lo establece como obligatorio para todos los títulos oficiales, como una forma de medición del rendimiento de las universidades públicas.

Además, esta fundación (ANECA) impulsa los procesos de Convergencia Europea, los cuales se basan en comparaciones entre sistemas de enseñanza en las universidades, para acceder a los reconocimientos rápidos de homologaciones de estudios y titulaciones, lo cual fue contemplado en la declaración de Bolonia. Los garantes de la calidad y los procesos y resultados de las actividades realizadas por las universidades son la Agencia Nacional en España y las redes de Agencias de Evaluación

Este reto de la calidad lo asumen desde:

1. Convergencia Europea.

Las universidades y las administraciones públicas se comprometen con ideas claras para llegar a un consenso sobre el proceso y evaluar la experiencia de las convocatorias públicas realizadas, las cuales están orientadas a la

elaboración de los Libros Blancos de titulaciones en los estudios de grado. Este proceso también será realizado con estudios de posgrado.

Este proyecto de Convergencia Europea da la ANECA tiene tres ejes.

- difusión de los objetivos de Bolonia y toma de consciencia por parte de los actores
- Definición de indicadores para medir la aplicación de criterio de convergencia
- Puesta en marcha de experiencias piloto de diseño e implantación de titulaciones con la estructura de los ciclos en Bolonia.

- **Tuning Educación Superior en América Latina: reflexiones y perspectivas en Administración**

“El proyecto Alfa Tuning América Latina busca "afinar" las estructuras educativas de América Latina iniciando un debate cuya meta es identificar e intercambiar información y mejorar la colaboración entre las instituciones de educación superior para el desarrollo de la calidad, efectividad y transparencia. Es un proyecto independiente, impulsado y coordinado por Universidades de distintos países, tanto latinoamericanos como europeos” (Tuning América Latina, 2013).

Tuning es una red de comunidades de aprendizaje; puede ser entendido como una red de comunidades de académicos y estudiantes interconectadas, que reflexiona, debate, elabora instrumentos y comparte resultados que surge en un contexto de intensa reflexión sobre educación superior tanto a nivel regional como internacional. Son expertos, reunidos alrededor de una disciplina y con el espíritu de la confianza mutua. Desarrollan un lenguaje común para comprender los problemas de la educación superior y participan en la elaboración de un conjunto de herramientas que son útiles para su trabajo y que han sido pensadas y producidas por otros académicos.

El proyecto Tuning contempla 15 disciplinas: Administración de Empresas, Agronomía, Arquitectura, Derecho, Educación, Enfermería, Física, Geología, Historia, Informática, Ingeniería Civil, Matemáticas, Medicina, Psicología y Química. En la disciplina de “Administración de empresas” se describen algunos aspectos que caracterizan a la formación de administradores en América Latina. Las carreras de administración son las más demandadas a nivel de pregrado y postgrado en toda América Latina y se observa cada vez más el reconocimiento al profesional en administración como un actor muy importante en el desarrollo de las organizaciones.

Derivado del ejercicio de análisis entre estudiosos de países de América Latina incluido Colombia, se identifican una serie de macro-competencias que posteriormente se agrupan en competencias genéricas y específicas definiendo categorías y competencias de los administradores de empresas como se observa en la figura 4:

Categorías		Macro competencias
1	Desarrollo personal y organizacional	Compromiso ético y responsabilidad social.
2		Ejercer el liderazgo para el logro de los objetivos en la organización.
3		Capacidad de aprender a aprender.
4		Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.
5	Innovación y emprendimiento	Detectar oportunidades para emprender negocios innovadores/Capacidad de emprendimiento e innovación.
6		Formular, evaluar y administrar proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones.
7	Gestión estratégica	Desarrollar un planeamiento estratégico, táctico y operativo, en distintos escenarios.
8		Mejorar e innovar el proceso administrativo y de negocios.
9		Identificar y administrar los riesgos de negocios de las organizaciones.
10		Formular y utilizar sistemas de información para la gestión.
11	Análisis del negocio	Interpretar la información contable y financiera para la toma de decisiones.
12		Administrar los recursos humanos físicos, financieros y otros de la organización.
13		Evaluar el impacto del marco jurídico en la gestión de las organizaciones.

Figura 3 Macro competencias - Tuning Educación Superior en América Latina
Fuente: Tuning América Latina, 2013

- **Observatorio laboral de la Educación – OLE**

Es un sistema creado principalmente para hacer seguimiento a los graduados de la educación superior en Colombia; mantiene información sobre sus condiciones laborales y sobre qué tipo de profesionales necesita el mercado (tendencias de la demanda).

Sus fuentes de información son las Instituciones de Educación Superior, la Registraduría Nacional (para validar cédulas de ciudadanía), el Ministerio de la Protección Social y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Se encuentra orientado a:

- Estudiantes de último grado de educación media y padres de familia
- Orientadores profesionales
- Directivos y docentes de la educación superior
- Empresarios y empleadores
- Investigadores
- Organizaciones no gubernamentales y gubernamentales

Realiza caracterización de los graduados de educación superior desde el año 2001 hasta el 2014, por diversos factores: región, nivel de formación, tipo de institución. También presenta información relacionada con las áreas de titulación de los profesionales en el país.

- **SABER PRO**

En Colombia, uno de los aspectos que señalan la calidad en la formación de las instituciones de educación superior, son las pruebas Saber Pro, administradas por el ICFES – Instituto Colombiano para el fomento de la educación superior - realizadas por los estudiantes y que revelan el nivel de rendimiento de las instituciones de educación superior.

Las Pruebas Saber Pro continúan siendo una ventajosa posibilidad por medio de la cual cada institución puede tener parámetros para medir ciertos aspectos de la calidad de los programas, especialmente mediante la observación de los resultados,

analizando si mantienen niveles altos en sus promedios o si fluctúan considerablemente. De esta forma la institución puede verificar el grado de aprendizaje alcanzado y emprender acciones que conlleven a la mejora.

Dado el campo del saber de la administración, Saber Pro evalúa cinco competencias genéricas: competencias ciudadanas, comunicación escrita, inglés, lectura crítica y razonamiento cuantitativo. Además, evalúan las competencias específicas: *gestión de organizaciones - formulación, evaluación y gestión de proyectos - gestión financiera*.

- **La Gran encuesta integrada de hogares (GEIH)**

Es una operación estadística por medio de la cual el DANE proporciona información básica sobre el tamaño, periodo y estructura de la fuerza de trabajo de la población del país y de algunas variables sociodemográficas (DANE, 2018) .

Frente a la población ocupada en el país para marzo del 2018, se reporta que 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron al crecimiento de la ocupación en el total nacional. Se destaca el comportamiento de Bogotá, Medellín (área metropolitana) y Bucaramanga (área metropolitana) que jalonaron el aumento de los ocupados en este mes.

Según el reporte del DANE, Comercio, hoteles y restaurantes con 30.5% es la rama que más contribuyó al crecimiento del empleo en 13 ciudades y áreas metropolitanas en el primer trimestre del 2018. Otras ramas de la actividad que contribuyeron al crecimiento del empleo son las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler con un 12,5% y la de transporte, almacenamiento y comunicaciones con un 9,4%, las cuales están directamente relacionadas con el sector turístico. Se observa entonces como el sector turístico aporta a la empleabilidad en el país.

- **Planes nacionales y regionales**

En los procesos de planificación turística, los planes de desarrollo se configuran como hojas de ruta para las regiones, ya que definen lineamientos y parámetros bajo los cuales los actores del desarrollo planean y ejecutan acciones orientadas al fortalecimiento de la promoción y mejoramiento de la competitividad turística en el país y sus regiones.

A continuación, se presenta una síntesis de los planes de desarrollo y planes de desarrollo turístico nacional y regional, en la cual se realiza un compendio de:

- Los objetivos del plan
- Líneas priorizadas en el plan eje turismo
- Acciones definidas en el plan



Nombre y año del plan de desarrollo	Objetivos del plan	Líneas prioritizadas en el Plan eje "Turismo"	Acciones definidas en el plan
Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 "Todos por un nuevo país"	Objetivo 1. Fortalecer el proceso de construcción de paz y garantizar su sostenibilidad para permitir al país y a sus ciudadanos alcanzar su pleno potencial como nación. Objetivo 2. Integrar el territorio y sus comunidades, para contribuir al cierre de brechas poblacionales y sociales, potenciando la conectividad para la inclusión productiva y el acceso a bienes públicos, servicios sociales e información. Objetivo 3. Reducir las desigualdades sociales y territoriales entre los ámbitos urbano y rural, mediante el desarrollo integral del campo como garantía para la igualdad de oportunidades.	* Potenciar el turismo como instrumento para el desarrollo regional sostenible y en paz. * Desarrollo de nuevas obras de infraestructura que puedan ser aprovechadas por el turismo. * Desarrollo de las diferentes regiones del país de manera incluyente, sustentable e integral *Optimización de las estrategias de promoción turística	El MinCIT trabajará, en primera instancia, en el mejoramiento de la competitividad para el desarrollo turístico regional. Para este fin, consolidará los 7 productos y experiencias de calidad existentes y diseñará nuevos productos; avanzará en el saneamiento y recuperación de activos turísticos que estén bajo su administración; desarrollará nuevas obras de infraestructura turística y optimizará las existentes; implementará una campaña dirigida a prestadores de servicios turísticos para que se certifiquen en las normas técnicas de calidad en turismo; apoyará la certificación de 3 destinos como destinos turísticos sostenibles; realizará alianzas con instituciones especializadas en enseñanza de una segunda lengua para formar y capacitar al recurso humano de los prestadores de servicios turísticos; fortalecerá el Programa Nacional para la Formalización Turística en procura de un sector turístico, responsable, accesible y formalizado; y consolidará como destinos de naturaleza los siguientes: Camino a Teyuna (Ciudad Perdida) de la Sierra Nevada de Santa Marta (Magdalena), la serranía de la Macarena (Meta), Putumayo y Urabá-El Darién (Antioquia-Chocó), con el fin que se apoyen para su desarrollo integral, incluyente y sustentable. En segunda instancia, el MinCIT coordinará las acciones necesarias para mejorar la conectividad aérea, marítima, fluvial, terrestre y digital de los siguientes destinos turísticos: Bogotá, D. C., Bolívar, Antioquia, Valle del Cauca, San Andrés y Providencia, Atlántico, Norte de Santander, Santander, Magdalena, Risaralda, Nariño, Quindío, Cesar y La Guajira. En tercera instancia, optimizará las estrategias de promoción turística, unificando las campañas, nacional e internacional, en un solo concepto para el turismo receptor y doméstico. En cuarta instancia creará el Programa Nacional de Fortalecimiento de las Capacidades Regionales de Gestión Pública del Turismo; destinará recursos financieros para la investigación de mercados y fortalecerá en conjunto con el DANE las estadísticas del sector.



Nombre y año del plan de desarrollo	Objetivos del plan	Líneas priorizadas en el Plan eje "Turismo"	Acciones definidas en el plan
Plan sectorial de turismo 2014 - 2018 "Turismo para la construcción de la paz"	OBJETIVO GENERAL: Proporcionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y mega diversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador del desarrollo regional y constructor de paz. OBJETIVOS ESTRATEGICOS: Para el cumplimiento del objetivo general del Plan Sectorial de Turismo 2014-2018, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, impulsará y coordinará el desarrollo de cuatro (4) objetivos estratégicos, que contienen 56 acciones concretas cuya ejecución debe reposar en los fundamentos planteados. Estos, resumen el sentir del deber ser del turismo en el país, recogen planes y programas exitosos, reformulan otros y proponen nuevos objetivos y metas alcanzables al 2018.	1. Competitividad para el desarrollo turístico regional y territorial. 2. Conectividad competitiva 3. Promoción 4. Articulación institucional Nación-Región	1. Reconocemos la necesidad de apoyar las actividades de turismo sostenible y la creación de capacidad conexas que permitan crear conciencia ambiental, conservar y proteger el medio ambiente, respetar la fauna y la flora silvestres, la diversidad biológica, los ecosistemas y la diversidad cultural y aumentar el bienestar y mejorar los medios de vida de las comunidades locales apoyando a las economías locales y el medio humano y natural en su conjunto. 2. El Plan Sectorial de Turismo orienta la implementación de buenas prácticas turísticas, la educación y la generación de sentido de pertenencia. Para esto se acude a diversas formas de gestión, entre otros, de los instrumentos que proporciona la Unidad de Normalización de Turismo Sostenible. Es necesario complementar éstas acciones con campañas de promoción turística en el ámbito nacional. 3. Convertir el turismo en un proyecto de vida, como una forma de mantener su contacto con el mundo, enviando el mensaje de un propósito que es el de continuar en su territorio ancestral, perpetuando su estirpe en su entorno natural y garantizando la permanencia de su cultura, lo cual se reafirma en el presente Plan Sectorial de Turismo.



Nombre y año del plan de desarrollo	Objetivos del plan	Líneas prioritizadas en el Plan eje "Turismo"	Acciones definidas en el plan
Plan de desarrollo turístico de Antioquia	OBJETIVO GENERAL: Generar las condiciones para transformar a Antioquia en un destino turístico competitivo, sostenible y responsable con productos turísticos nacionalmente posicionados y de proyección internacional. OBJETIVOS ESPECIFICOS: * Consolidar un producto estructurado y acorde con las dinámicas turísticas departamentales para hacer de Antioquia un destino atractivo y diversificado. * Fortalecer la actividad turística en el departamento por medio del mejoramiento de la infraestructura, el equipamiento y las instalaciones que le dan soporte. * Mejorar la competitividad turística a partir de la consolidación de empresas responsables, eficaces y comprometidas. * Posicionar el destino Antioquia a nivel nacional, gracias a la eficiente gestión turística de sus actores.	La formulación del plan turístico de Antioquia, busca que durante su vigencia, los actores del turismo desarrollen una bitácora para el fortalecimiento y posicionamiento del destino conforme a las demandas nacionales e internacionales, contribuyendo así, a que el departamento de Antioquia consolide su visión de convertirse en la mejor esquina de América, justa, pacífica, educada, pujante y en armonía con la naturaleza para el 20205, aportando al PIB departamental entre el 7% y 9%6 y contribuyendo a que en Colombia se posicione la actividad turística con una mayor importancia para el desarrollo económico del país, generando empleo y redistribuyendo el ingreso	* Fortalecimiento de la investigación de mercados turísticos. * Diferenciación y promoción de productos turísticos prioritarios. * Fortalecimiento de las actividades y herramientas de promoción turística. * Fortalecimiento a la comercialización turística. * Articulación interinstitucional para el fortalecimiento de los mecanismos de mercadeo y promoción. * El MinCIT debe hacer seguimiento a las acciones de las entidades nacionales, y producir informes periódicos de seguimiento con los demás integrantes del comité. Para Turbo se planea una terminal de transporte intermodal y plaza de mercado; para Necoclí una terminal de transporte y plaza de mercado, reactivación del terminal aéreo, construcción de muelle turístico y construcción del centro de convenciones; y para Arboletes una terminal de transportes, plaza de mercado, relleno sanitario y mejoramiento de hospital.



Nombre y año del plan de desarrollo	Objetivos del plan	Líneas priorizadas en el Plan eje "Turismo"	Acciones definidas en el plan
Plan de desarrollo "Antioquia piensa en grande" 2016 – 2019	LÍNEA ESTRATÉGICA 1: COMPETITIVIDAD E INFRAESTRUCTURA El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande", le propone a la sociedad Antioqueña aunar todos los esfuerzos para hacer de Antioquia la región más competitiva y productiva de Colombia, con un crecimiento económico sostenido e inclusivo. Un Departamento que logre ofrecer un adecuado acceso a las oportunidades de empleo de calidad. LÍNEA ESTRATÉGICA 2: LA NUEVA RURALIDAD, PARA VIVIR MEJOR EN EL CAMPO El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" le propone a la sociedad Antioqueña mirar al campo como la nueva oportunidad que tenemos para que en este territorio se dé una paz estable y duradera. Se requiere en consecuencia brindar igualdad de oportunidades para la población rural junto con el crecimiento. LÍNEA ESTRATÉGICA 3: EQUIDAD Y MOVILIDAD SOCIAL El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" está compuesto por un conjunto de políticas públicas orientadas hacia la inclusión, la promoción social y la construcción de escenarios con igualdad de oportunidades multisectoriales, que atiendan las necesidades de la población de forma integral y contribuyan de manera importante a avanzar hacia la meta de erradicar la pobreza extrema en los próximos 10 años. LÍNEA ESTRATÉGICA 4: SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" es una apuesta por asegurar la base del capital natural en cantidad y calidad. La sostenibilidad ambiental garantiza el bienestar general de la sociedad. LÍNEA ESTRATÉGICA 5: SEGURIDAD, JUSTICIA Y DERECHOS HUMANOS El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande", propende por brindar las garantías a todos los habitantes de Antioquia de sus derechos para que puedan llevar a cabo proyectos de vida en libertad, según sus creencias e	"Antioquia Piensa en Grande" realizará acciones para hacer del Departamento un destino turístico competitivo, sostenible e innovador. El propósito es promover la economía en las regiones y para beneficio de las comunidades rurales mediante una política económica rural sostenible para la paz. Reconoce la importancia de la articulación con el territorio y la participación de cada uno de los actores que promueven el desarrollo y la competitividad de las rutas turísticas del Departamento.	* Fortalecer e intensificar la gestión tributaria de la Secretaría de Hacienda con el objetivo de disminuir los índices de elusión y evasión y evitar las prescripciones en las acciones de cobro en los impuestos y/o rentas departamentales. * Formular e Implementar los Proyectos: "Fortalecimiento Financiero y Fiscal del Departamento de Antioquia" y "Estrategia Integral Control a las Rentas Ilícitas", que contribuya a coordinar acciones conjuntas con la Policía y Fiscalía para combatir la ilegalidad en las rentas propias del departamento. * Realizar permanentemente campañas formativas, informativas y preventivas, que aumenten la cultura del pago y disminuyan la ilegalidad que erosiona los niveles de tributación en las rentas departamentales. *Fortalecer las tecnologías de la información y comunicaciones TIC's en la administración de los impuestos, para facilitar las relaciones de los contribuyentes con la Secretaría de Hacienda y asegurar el manejo de los recursos públicos. * Intensificar y fortalecer el cobro persuasivo y coactivo de todos los ingresos tributarios y no tributarios del Departamento de Antioquia. * Realizar un diagnóstico y análisis de los diferentes impuestos y/o rentas departamentales, para hacer las recomendaciones con nuevas y mejores prácticas a fin de mejorar su gestión. * Fortalecer e innovar las estrategias comerciales y operativas de la Fábrica de Licores de Antioquia FLA. * Asimismo, es de suma importancia establecer procedimientos sobre el estado en el cual se encuentra el debido cobrar, es decir, la organización de archivos físicos, la sistemática actualización de las bases de datos y en adelante corroborar la trazabilidad de los procesos.

Nombre y año del plan de desarrollo	Objetivos del plan	Líneas priorizadas en el Plan eje "Turismo"	Acciones definidas en el plan
	intereses. LÍNEA ESTRATÉGICA 6: PAZ Y POSCONFLICTO El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" está estructurado con una visión holística en la cual se involucran todos los aspectos estructurales del desarrollo, que sirven de base en el escenario de posconflicto para la garantía plena de la democracia en el territorio y los derechos de todos los ciudadanos. LÍNEA ESTRATÉGICA 7: GOBERNANZA Y BUEN GOBIERNO El Plan de Desarrollo "Antioquia Piensa en Grande" está soportado en el ejercicio del buen gobierno, eficaz y transparente. El Buen Gobierno sólo es posible a través de instituciones fuertes, que planifiquen, que articulen el plan con el presupuesto, con una gestión financiera eficaz, que su producción sea eficiente y con sistemas de monitoreo que retroalimenten la gestión.		

Tabla 50 Planes de desarrollo
Fuente: elaboración propia

6. CONCLUSIONES

- Existen dificultades para generar teorías propias desde el turismo por la inexistencia de una ciencia propia que lo respalde para realizar trabajo interdisciplinario, entenderlo e investigarlo, teniendo presente que el turismo no es una disciplina, sino un fenómeno complejo que parte del contexto social.

Desde lo académico se ha pretendido un cambio de paradigma de forma tal que el turismo impacte no sólo otras áreas sociales, sino también otros contextos como las necesidades de las sociedades emergentes, incluyendo el fenómeno de masas.

Además, desde la indagación realizada en el recorrido por los diferentes autores, se concluye que la formación de investigadores en turismo es débil, ya que este, en la mayor parte de los casos es orientado desde la administración.

- Es de resaltar que uno de los elementos más importantes para las instituciones de educación superior, es la acreditación en alta calidad de sus programas, lo cual implica un alto nivel de excelencia en la formación y en la capacidad de responder a las necesidades y requerimientos del mercado.
- De otra parte, la oferta de programas a nivel internacional que fue analizada, permite concluir que es heterogénea, dado que se encontró gran diversidad de áreas temáticas o líneas de profundización en los programas objeto de este estudio.
- Con respecto a Colombia, ha consolidado en la actividad turística uno de los eslabones más importantes de su economía, y desde el sector político, empresarial y académico ha buscado apostarle y aunar esfuerzos en pro del

desarrollo turístico. Es así, como desde la academia, fueron surgiendo nuevos programas de estudio encaminados al turismo; otros ya existentes han buscado mejorar aspectos que les permitan reconocimiento en el mercado.

Se puede concluir que los programas de pregrado en Colombia, orientan la formación de los estudiantes a lo sectorial del turismo como el alojamiento, la gastronomía, los eventos, el transporte, entre otros y también a las áreas estratégicas de la empresa o los destinos como el mercadeo, la planificación y la calidad. Se aprecia entonces que son coherentes con las necesidades del sector.

El caso contrario, es la reducida oferta de posgrados en turismo en Colombia, con tan solo dos programas de maestría y cuatro en especialización universitaria. Podría pensarse que la escasa oferta de posgrados en este sector propicia la migración de profesionales a otras áreas del conocimiento, para poder continuar con su formación.

En consecuencia, se infiere que los pocos posgrados ofertados en turismo cubren en su mayoría, el contexto estratégico de la empresa (gerencia de empresas de turismo, marketing estratégico, planificación, desarrollo turístico, sostenibilidad) pero no lo empresarial, lo que deriva en cargos ocupados por profesionales de otras disciplinas.

- En el campo de formación en Colombia, se evidencia que predomina la formación en turismo en instituciones privadas (75%); podría entonces pensarse que el turismo es un sector elitista, con acogida destacada, en instituciones privadas.
- Derivado de la revisión de los planes nacionales y regionales en el país, y en contraste con la revisión bibliográfica de otros países, se encuentra que es

Colombia un territorio que se refiere a “turismo y paz en el marco del posconflicto”. Podría pensarse, que las situaciones de contingencia que enfrente un país, pueden generar oportunidades que desde este sector permitan avanzar en pro de mayor desarrollo para la nación.

Las políticas y regulaciones nacionales y regionales marcan tendencias no solo en el sector, sino que transversalizan otras instancias. Por esto, tras la indagación realizada se obtiene que entre las acciones de las instituciones públicas pensadas para generar fortalecimiento institucional, empresarial y competitividad, se encuentran: la formalización de los prestadores de servicios turísticos, el fortalecimiento de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC's), el fortalecimiento de la investigación de mercados turísticos, el turismo sostenible, la implementación de buenas prácticas turísticas, la educación y la generación de sentido de pertenencia, la enseñanza de una segunda lengua para formar y capacitar al recurso humano de los prestadores de servicios turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia nacional de evaluación de la calidad y acreditación. (2004). Santander. Recuperado el 15 de Agosto de 2017
- Arnaiz Burne, S. M., & Cesar Dachary, A. (2006). El estudio del turismo ¿un paradigma en formación? *Estudios y perspectivas en Turismo*, 15, 179-192. Recuperado el 15 de Septiembre de 2017
- Arnaiz Burne, S. M., Anaya Rodriguez, L. A., & Ruiz Hermoso, F. J. (2016). Turismo e investigación. *Revista Latino-Am. Turismologia*, 2(2), 18-24.
- Ballantyne, R., Packer, J., & Axelsen, M. (2009). Trends in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- CACECA. (2016). *Consejo de Acreditación en Ciencias Administrativas, Contables y Afines*. Obtenido de <http://www.caceca.org/index.html>
- Ceballos Hernández, C., Arias Martín, C., Ruíz Jimenez, A., Sanz Dominguez, C., & Vásquez Bermúdez, I. (2010). La formación en turismo: pasado, presente y futuro en el nuevo espacio Europeo de educación superior. *Cuadernos de turismo*, 25, 45-67. Recuperado el septiembre de 2017
- CENEVAL. (s.f.). *Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ceneval.edu.mx/perfil-institucional>
- César Dachary, A., & César Arnaiz, F. (2016). Educación universitaria y turismo. *Revista Latino-Am. Turismologia*, 2(2), 8-17.
- César Dachary, A., & Maris Burne, S. (2004). Globalización y turismo ¿Dos caras de una misma moneda? *Estudios y perspectivas en turismo*, 13, 303-315.
- CIEES. (s.f.). *Comites Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior*. Obtenido de <http://www.ciees.edu.mx/index.php/acerca/mision-vision>
- CNA -Consejo Nacional de Acreditación. (s.f.). Obtenido de <https://www.cna.gov.co/1741/article-186377.html>
- Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y sociedad*, 42(1), 11-24.
- CONPEHT. (1991). *CONPEHT*. Obtenido de <http://www.conpeht.com/opcion-detalle.asp?grupo=2&pagina=7&t=Misi%C3%B3n>
- COPAES. (s.f.). *Consejo para la Acreditación de la Educación Superior A.C.* Obtenido de <https://www.copaes.org/identidad.php>
- DANE. (Marzo de 2018). *Gran encuesta integrada de hogares -GEIH -*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo/geih-historicos>

- Departamento Nacional de Planeación. (2015). Plan Nacional de Desarrollo: Todos por un nuevo país 2014 - 2018. Colombia.
- Díaz, F. V. (06 de Septiembre de 2016). El turismo como potencial para el crecimiento de Chile: ¿Estamos preparados? *Emol.economía*, págs.
<http://www.emol.com/noticias/Economia/2016/09/06/820582/El-turismo-como-potencial-para-el-crecimiento-economico-Realmente-queremos-al-amigo-cuando-es-forastero.html>.
- El Comercio. (25 de Noviembre de 2016). Mincetur: El 2017 llegarán 4.36 millones de turistas al Perú. Perú.
- GESTIÓN. (21 de Agosto de 2017). WEF: Perú sube siete puestos en ranking de competitividad turística . Perú.
- Gobernación de Antioquia. (2012). *Plan de desarrollo turístico de Antioquia*. Antioquia, Medellín. Recuperado el 13 de Febrero de 2018
- Gobernación de Antioquia. (2016). *Plan de desarrollo "Antioquia piensa en grande 2016-2019"*. Antioquia, Medellín. Recuperado el 15 de Marzo de 2018
- Hiernaux-Nicolas, D. (2016). ¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario. *Aportes y transferencias*, 11-27. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258>
- Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia. (2016). Documento maestro para la solicitud de registro calificado del programa Maestría en Turismo Gastronómico. Medellín.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.
- Lillo Bañuls, A., Ramón Rodríguez, A., & Sevilla Jiménez, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de turismo*, 19, 47-69. Recuperado el 3 de Septiembre de 2017
- Mertens, L. (1996). Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos. *OIT*.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Septiembre de 2014). *Plan Sectorial Nacional de Turismo 2014 - 2018 "Turismo para la Construcción de la Paz"*. Recuperado el 17 de octubre de 2017, de
http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file
- Oficina Internacional del trabajo OIT. (2017). Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable. Ginebra , Suiza: Departamento de Políticas Sectoriales.
- Olsen, K. (2002). Authenticity as a concept in tourism research. *Tourist Studies* , 2(2), 159-182.
- Organización Mundial del Turismo. (2002). Recursos humanos en turismo: un nuevo paradigma. Madrid, España: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (s.f.). *Fundación OMT Themis*. Obtenido de <http://themis.unwto.org/es/content/sistema-de-certificacion-unwtotedqual>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico OCDE. (2014). *Tendencias y políticas del turismo de la OCDE 2014*. Paris: OECD Publishing. doi:10.1787/tour-2014-en

Sistema de información del observatorio laboral. (2018). *Observatorio laboral para la educación superior*. Obtenido de <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/w3-channel.html>

SNIES. (s.f.). *SNIES*. Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/sistemasinfo/Informacion-Institucional/211868:Que-es-el-SNIES>

Tuning América Latina. (2013). *Educación Superior en América Latina: reflexiones y perspectivas en Administración*. Bilbao: Universidad Deusto. Recuperado el 13 de Mayo de 2018

Tuning América Latina. (2018). *Tuning América Latina*. Recuperado el 15 de mayo de 2018, de <http://www.tuningal.org/>