

Reflexiones en torno a la licenciatura en turismo. Caso de estudio: Seguimiento a egresados de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, UABC

***Omaira Cecilia Martínez, José Gabriel Ruiz Andrade
y Ricardo Verján Quiñones***

Resumen

Los estudios de seguimiento a egresados entre otras cosas, buscan generar un espacio de reflexión en torno a los profesionales egresados de instituciones de educación superior, así como también la pertinencia de los planes y programas de estudio que se desarrollan en las mismas. En este sentido, la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) y particularmente la Facultad de Turismo y Mercadotecnia (FTyM) -que es el caso que se analiza en este artículo- están desarrollando grandes esfuerzos con una metodología que en principio se plantea de tipo descriptiva, experimental y longitudinal, de tal suerte que se puedan conseguir los objetivos de calidad, certificación y acreditación en los programas académicos que manejan. Los principales resultados sugieren un mayor énfasis en el área terminal y en los procesos de tipo administrativo asociados a la fase de titulación y el servicio social profesional. Es menester de la Facultad, el articular los mecanismos necesarios para generar espacios de mejora continúa que permitan cubrir oportunamente las áreas que necesitan fortalecimiento.

Palabras clave: Egresados, certificación, calidad, UABC.

* Licenciada en Administración, con Maestría en Administración Internacional y Doctorado en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California. E-mail: omairam@uabc.edu.mx

** Licenciado en Informática, Maestría en Administración Internacional y Doctorado en Ciencias Administrativas por la Universidad Autónoma de Baja California. E-mail: gabruiz@uabc.edu.mx

*** Licenciado en Turismo con Maestría en Mercadotecnia por la Universidad Autónoma de Aguascalientes. E-mail: ricardoverjan@uabc.edu.mx

Reflections about the Undergraduate Program in Tourism. Case Study: Follow-up on Graduates from the School of Tourism and Marketing, UABC

Abstract

Graduate follow-up studies, among other things, seek to create a space for reflection about the professional graduates from higher education institutions, as well as the relevance of the programs and curricula developed in them. In this sense, the Autonomous University of Baja California (UABC) and particularly the School of Tourism and Marketing, which is the case study discussed in this article, are exerting great efforts to develop a methodology that in principle is descriptive, experimental and longitudinal in order to achieve goals of quality, certification and accreditation of the academic programs they manage. The principle results suggest a greater emphasis on the terminal area and processes of an administrative nature associated with the phase of obtaining a degree and professional social service. The School should coordinate the mechanisms needed to generate spaces for continuous improvement that permit covering the areas that need strengthening in an opportune manner.

Key words: Graduates, certification, quality, UABC.

Introducción

El estudio de seguimiento de egresados realizado por la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), nace a partir de la necesidad de generar una fuente de información que permita dar cobertura en mayor y mejor proporción a los requerimientos del perfil que se exige en la actualidad en el ámbito económico, empresarial y social de los profesionistas que egresan.

A lo largo de este artículo se describen los antecedentes que en materia de seguimiento a egresados ha tenido la UABC, dejando claro su énfasis e importancia en los procesos de calidad que se persiguen en la actualidad. Posteriormente, se describe la metodología empleada en el proceso de investigación como tal y se hace referencia a los objetivos y limitantes que se tuvo en su momento; seguidamente se presentan los resultados más significativos, para finalmente hacer algunas reflexiones en torno a los retos y expectativas que le surgen al proceso para garantizar su fiabilidad y utilización a la postre.

Antecedentes

La UABC al igual que otras Instituciones de Educación Superior (IES), actualmente está desarrollando grandes esfuerzos por mejorar la calidad en los procesos de enseñanza-aprendizaje y los soportes admi-

nistrativos que hacen posible que estos se realicen. Al respecto, Mungaray (2004) afirma que “si bien las estructuras organizacionales de las IES pudieron haber sido adecuadas para realizar las tareas universitarias hasta el día de hoy, es fundamental reconocer la necesidad de explorar nuevas formas de organización para cumplir sus misiones. Al mismo tiempo, es conveniente que esta exploración sea prudente, sistemática e histórica en el sentido de que, aún en el cambio, sea posible identificarse como parte de una comunidad que tiene continuidad. En este sentido será siempre importante reconocer que los esfuerzos de hoy constituyen el seguimiento de iniciativas de administraciones precedentes, y sin las cuales difícilmente se tendría la posición que hoy goza la UABC, incluyendo la capacidad para cambiar”.

De hecho, según Schomburg (2009) miembro del Centro de Investigación de la Universidad de Kassel de Alemania, “el hacer seguimiento a los egresados de la educación superior es una tendencia creciente en países que buscan mejorar la calidad y la pertinencia de los programas académicos. Los sistemas de información suministran insumos que están usando las instituciones, el sector productivo, el gobierno y los estudiantes para tomar decisiones”. También, Jaramillo, *et al* (2006:113) hacen referencia a que “en los últimos años, la realización de estudios sobre el impacto social de los egresados ha sido preocupación constante de directivos de educación superior y de gobiernos, interesados en conocer las competencias laborales y la empleabilidad de los graduados”.

Por su parte Valenti y Varela (2004:45) señalan que “los estudios de egresados remiten, hoy por hoy, a un esfuerzo sistemático y organizado, emprendido por las propias IES con la finalidad de autoanalizarse en conexión con su entorno social. Los estudios que se están llevando a cabo facilitan la evaluación y la planeación educativa a corto, mediano y largo plazos”.

Aquí valdría la pena preguntarse, ¿Qué tiene que ver el seguimiento de egresados con la mejora de la calidad en la educación superior?. En este sentido, es pertinente hacer referencia a las afirmaciones que realiza Lopera (2005:4) bajo el supuesto de que el egresado puede generar información desde varios puntos de vista “el egresado es de por sí un producto, y pretencioso es querer mejorar un regalo únicamente en su empaque..., ...es una persona con suficiente criterio para calificar la comunidad y la formación que recibió durante varios años. Es un promotor de la Universidad, pero también su juez”.

Otra reflexión que podría hacerse es el hecho de que, autores como Roa *et al.*, (2007) citando a Valenti y Varela (1998), argumentan el consenso existente en cuanto a que los aspectos centrales de la evaluación de la calidad con que se llevan a cabo las funciones de educación superior, se relacionan con la posición y el desempeño profesional que logran los egresados en el mercado de trabajo.

Por otro lado, Cuamea, *et al.* (2006) argumentan que los esfuerzos de acreditación que actualmente hace la UABC tienen varias connotacio-

nes. En su connotación individual implica una búsqueda de reconocimiento social y de prestigio por parte de los individuos que transitan por los programas que ofrecen las instituciones educativas. En la aceptación institucional, la acreditación permite garantizar la calidad y proporciona credibilidad de los servicios educativos y sus resultados.

Al tenor de lo mencionado anteriormente se hace referencia a la evolución del proceso de seguimiento a egresados desplegado en la UABC

..... La UABC cuenta con una basta trayectoria y experiencia en la realización de estudios de egresados. Hacen referencia según las citas de Estrella y Ponce que dichos estudios datan desde 1977 y que hasta 1988 se tenía un abanico de opciones entre los cuales se encuentran los estudios de mercado, el ejercicio profesional, empleo y desempleo, y seguimiento de egresados en general. De 1988 a la fecha se emprendieron estudios institucionales a través de la Dirección General de Asuntos Académicos, sobre la satisfacción de las necesidades sociales y productivas del estado, y a través del Departamento de Egresados, con la estructuración de una primera encuesta institucional de seguimiento de egresados. La experiencia de la institución se sumó a la invitación hecha por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) a participar en el desarrollo de una metodología que permitiera contar con un instrumento de aplicación común a todas las instituciones de educación superior y contribuyera a comparar el desempeño de los egresados de distintas instituciones, pasando así de un enfoque monográfico a uno comparativo, lo cual dio como resultado el documento denominado Esquema básico para estudios de egresados en educación superior, publicado en 1998 y que fue la base metodológica del presente estudio (Roa *et al.*, 2006:32).

Estos se han constituido en una política de mejoramiento y reconocimiento de la calidad con base en los indicadores establecidos por organismos acreditadores avalados ante instancias gubernamentales, y son considerados como un mecanismo necesario para fomentar la calidad de los servicios en la educación superior.

En una publicación más reciente Roa *et al.* (2007) aseguran que todas las acciones que emprende la UABC en materia de seguimiento de egresados tienen su fundamento en las políticas institucionales de calidad, planeación y de evaluación permanente enunciadas en el Plan de Desarrollo Institucional (PDI), que entre otras cosas establece que las acciones institucionales deben caracterizarse por una búsqueda permanente de calidad, entendida ésta en el sentido de que las acciones realizadas sean eficaces, eficientes, equitativas, trascendentes y pertinentes, ya que así lo requieren tanto la Universidad como los diversos sectores que conforman el entorno institucional.

Objetivos

El programa de seguimiento de egresados que actualmente se desarrolla en el seno de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la UABC, persigue múltiples objetivos, que viéndolos desde un enfoque integral y constructivista, se traducen en la mejora de los programas académicos y procesos administrativos para tener un impacto positivo en los egresados que cada semestre finalizan su formación y buscan una inserción formal en el mercado laboral. Además supone un esfuerzo por mantener la comunicación de los egresados con la Universidad y viceversa, ya que ellos mismos o sus familiares podrían de nueva cuenta convertirse en alumnos de la unidad académica.

En este sentido, vale mencionar los objetivos que de manera individual se ha planteado el programa, entre los cuales se encuentran: fomentar los procesos de mejora continua en todas y cada una de las áreas académicas y administrativas que nacen y se mantienen para generar satisfactores a la comunidad académica y estudiantil; llegar a construir una base de datos que contenga información a detalle de los egresados; determinar la ubicación geográfica de los mismos para facilitar el proceso de seguimiento; indagar sobre la percepción que estos tienen referente a la calidad de los programas y su impacto en la formación recibida; y obtener información referente a su estatus académico, su evolución laboral y/o empresarial.

Así mismo, el programa está visualizando ciertos objetivos en el mediano plazo, entre los cuales se pudieran mencionar el valorar el impacto social del programa y el desempeño laboral de sus egresados, para su revisión y reestructuración cuando sea necesario; el estimular el intercambio de experiencias profesionales y de investigación, y por último proporcionar a los egresados opciones de nuevos programas académicos de carácter técnico y científico para su perfeccionamiento y/o especialización en sus respectivas áreas de conocimiento. En la reflexión que hace Lopera (2005:5) sobre el hecho de que “el retorno del egresado a la Universidad se da por afecto, agradecimiento o convencimiento real de la calidad recibida, no más”, se plantea este objetivo, en el entendido que solo por adhesión y convicción propia se podrán considerar a los egresados como agentes activos de la Universidad.

Alcances y limitaciones

Como es de comprenderse, la búsqueda de mejores oportunidades de empleo y condiciones de vida, implica para los egresados cambios de residencia que muchas veces no se limitan únicamente a la ciudad de Tijuana, sino que llegan a movilizarlos del estado e incluso del país. Esta movilización trae como consecuencia que los datos iniciales que se tenían de una persona en calidad de potencial a egresar, se modifiquen totalmente, limitando con esto la posibilidad de establecer un contacto directo con el mismo, para desarrollar o llevar a cabo las fases siguientes en el proceso de seguimiento.

Por otro lado y no menos importante, está la situación coyuntural de violencia e inseguridad que enfrentan en este momento los estados fronterizos con Estados Unidos de América y muy particularmente el estado de Baja California y todos sus municipios entre los cuales se encuentra Tijuana, ha generado gran desconfianza en el egresado, a tal punto que filtran la cantidad y calidad de datos proporcionados, obligando con esto a incrementar la formalidad del proceso y los medios utilizados, particularmente en el ámbito financiero, traduciéndose con todo ello en una disminución de la eficacia del programa.

Aspectos Metodológicos

La metodología planteada para llevar a cabo el programa de seguimiento de egresados consiste básicamente en tres etapas:

Primera etapa: tiene que ver con la aplicación de una ficha, cuyas directrices son definidas en el departamento de formación profesional y vinculación universitaria de la institución, cuyo objetivo se planea en términos de realizar una breve indagatoria en los alumnos potenciales a egresar, sobre aspectos meramente académicos y su condición laboral hasta ese momento. Este instrumento se aplica con una cobertura del cien por ciento en el último semestre del plan de estudios, cuando los mismos se encuentran desarrollando sus estancias empresariales, ya que según el cronograma de actividades, los alumnos deben asistir a la Facultad para obtener lineamientos académicos y administrativos que les permitan ejecutar y finalizar el proceso satisfactoriamente.

Segunda etapa: se lleva a cabo en el corto plazo (un semestre posterior al egreso, donde la condición académica puede ser de egresado titulado o egresado pasante). Esta etapa persigue el objetivo de obtener información detallada sobre la condición laboral, la condición académica y la percepción que tiene el alumno de su formación profesional y del plan de estudios una vez que ha iniciado su etapa de desempeño profesional. En esta etapa se logra establecer un contacto directo y personal con los egresados, ya que la aplicación del instrumento se da en un momento en el que los egresados asisten a la universidad para finiquitar o diligenciar los procesos terminales de titulación. Generalmente el instrumento es aplicado dentro del recinto universitario sin mayores complicaciones e inconvenientes.

Tercera etapa: se desarrolla en el mediano plazo, ya que por recomendación del Comité Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES)¹, -que es el organismo acreditador- se debe lle-

1 Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) integrados por distinguidos académicos de instituciones de educación superior representativos de las diversas regiones del país, que tienen a

var a cabo en tres años, contados a partir de la fecha de registro de la segunda etapa. El objetivo que se plantea es el hacer un seguimiento a la trayectoria laboral y académica seguida por el egresado, así como también la percepción que tiene de nueva cuenta sobre las competencias y habilidades que adquirió gracias a la formación académica y profesional adquirida durante el desarrollo del programa educativo. En esta etapa se utilizan varios medios, vale decir que se trata en primera instancia de hacer un contacto telefónico; en caso de ser fallido, se trata de hacer un contacto por correo electrónico y como última opción -tomando en consideración los limitados recursos financieros y de logística- se visita al egresado en su domicilio particular o lugar de trabajo.

La población de egresados a la cual se le está aplicando esta metodología, está conformada por todos aquellos egresados registrados desde el año 2000 hasta el 2009 para la Licenciatura en Turismo.

Según la Dirección General de Servicios Escolares de la UABC, la población de egresados de la Licenciatura en Turismo desde el 2002-1 al 2009-1 es de 263. Buscando conseguir un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, la muestra quedó establecida en 166 elementos. Es importante mencionar que para la aplicación del instrumento se contó con la invaluable colaboración de los alumnos de las licenciaturas en Turismo y en Mercadotecnia, quienes se encuentran en la etapa disciplinaria o etapa terminal de su carrera².

El instrumento de recolección de datos (encuesta) está dividido en cuatro partes. En la Tabla 1 se muestra a detalle la composición de la misma.

Principales resultados

Los resultados que se presentan, corresponden a las cuatro partes que maneja la encuesta a egresados de la Licenciatura en Turismo para las cuatro cohortes generacionales. Los datos que se presentan a continuación están condensados en la Tabla 2, misma que se encuentra al final de este apartado.

En la primera parte, referente a los datos generales, se tiene que en total se encuestaron 159 egresados, de los cuales el 75% son del género

su cargo la evaluación interinstitucional de programas, funciones, servicios y proyectos ubicados en el quehacer sustantivo de las instituciones para coadyuvar al mejoramiento de la calidad de la educación superior en México.

- 2 Los alumnos que aplican el instrumento a los egresados se encuentran adscritos bajo la modalidad de prácticas profesionales y/o servicio social profesional al programa denominado: Evaluación, seguimiento y recopilación de datos cuantitativos y cualitativos, cuyo código es el U280-31.

Tabla 1
Partes que componen el instrumento (encuesta)
de seguimiento a egresados.

PARTES	Preguntas de la encuesta	Objetivo de la preguntas	No. de preguntas
PARTE I: Datos generales	Nombre, género, lugar de nacimiento, residencia, estado civil, edad, mail, teléfono, celular.	Obtener datos de identificación y localización del egresado.	10
PARTE II: Experiencia profesional	Conocer si los egresados trabajan y en caso de no trabajar, saber los motivos por los cuales no trabajan, ejercicio de la profesión, nivel y alcance del espíritu emprendedor de los egresados, cargo desempeñado y principales actividades ejecutadas, tamaño, giro y régimen jurídico de la empresa donde trabajan, antigüedad, medio por el cual encontró el empleo, relación del empleo actual vs. el empleo obtenido posterior al egreso, expectativas empresariales y posibilidades de ascenso.	Indagar sobre la trayectoria laboral de los egresados, el alcance de los mismos en el entorno empresarial y las expectativas que se plantean en el corto plazo.	14
PARTE III: Datos académicos	Condición académica del egresado, conocimiento de las opciones y requisitos de titulación, formación académica a nivel de especialidad, maestría o doctorado alcanzado, áreas de conocimiento que le gustaría reforzar, programas educativos que le gustaría estudiar.	Dar seguimiento al nivel de desarrollo académico logrado por el egresado o bien detectar áreas de oportunidad para la oferta de programas educativos que respondan a las necesidades de los egresados.	8
PARTE IV: Plan de estudios	Percepción sobre las áreas formativas que recibieron mayor énfasis, suficiencia del programa educativo para la formación profesional, materias que han contribuido de manera determinante en la formación profesional, pertinencia de las opciones de vinculación universitaria en la formación profesional.	Obtener información sobre el impacto del plan de estudios en la formación profesional del egresado.	6

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta aplicada a egresados. 2010.

masculino y el 25% son del género femenino, guardando el 72% de ellos un estado civil de solteros y una edad que oscila entre los 22 y 28 años. El 90% de ellos egresó en los periodos académicos comprendidos entre el año 2003 y el año 2008.

En la segunda parte se hace referencia a la experiencia profesional que hasta la fecha tiene el egresado. En este sentido, se tiene por ejemplo que el porcentaje de los egresados que trabajaba para el momento en el cual se realizó el levantamiento de la información, evidencia una variación en su colocación laboral, pues los porcentajes oscilan entre el 77% y el 45%. Este último, que pertenece a la cohorte 2009-2, puede obedecer a la poca temporalidad que tiene en el mercado laboral desde el momento de su egreso. Al tratar de indagar sobre los motivos por los cuales no trabajan el resto de los egresados, se percibió algún tipo de resistencia o filtración de información por parte de la gran mayoría de los éstos (96%). Una mínima parte alegó aspectos de tipo personal y/o familiar o porque continuaron su formación académica y profesional a tiempo completo.

De los egresados que manifestaron estar trabajando actualmente, también se evidencia una variación considerable en lo referente al ejercicio directo de su profesión dentro del empleo. En las cohortes de mayor antigüedad se nota una penetración positiva en actividades que tienen que ver con su formación académica, mientras que para las nuevas, el porcentaje de colocación en estas áreas es mucho menor.

Así mismo, la inserción de los egresados en las empresas de acuerdo con su tamaño, muestra un comportamiento variable. Por ejemplo, mientras que en la primera cohorte la mayoría de los egresados estaban laborando en empresas grandes, en la última cohorte estaban laborando en microempresas. Otro dato que resalta, es el hecho de que el porcentaje colocado en microempresas se ha mantenido constante, lo cual puede sugerir en principio una oportunidad para redefinir el perfil de egreso dirigido a este tamaño de empresas.

Los egresados que trabajan han conseguido sus empleos por diversos medios. Los que más resaltan son por recomendación de un amigo o familiar (24% y 21% para los dos primeros cohortes), por recomendación de amigos de la licenciatura (11%), por relaciones hechas en empleos anteriores (10%) y por procesos formales de reclutamiento y selección, dentro de los cuales se contempla el Servicio social profesional (14%).

Más de la mitad de los egresados de las dos primeras cohortes que actualmente están trabajando (51% y 57% respectivamente), consideran que su empleo mejoró con respecto al empleo que tenían cuando egresaron de la licenciatura, y una parte importante de ellos manifiestan que tienen la posibilidad de ascender en el trabajo donde se desarrollan actualmente, ya que las empresas se encuentran en fase de expansión y crecimiento o porque las estructuras organizacionales y las políticas de desarrollo profesional en la empresa así lo permiten.

Los egresados de la Licenciatura en Turismo consideran que la experiencia y desempeño laboral, así como también las competencias profesionales adquiridas a lo largo de su formación académica, ha sido determinante para obtener un empleo. Por otro lado, también le dan importancia a aspectos que tienen que ver con la disponibilidad para adaptarse a horarios y métodos de trabajo rígido y de manera marginal; también tuvieron incidencia variables como las relaciones públicas y el identificarse con una ideología política determinada.

**Tabla 2. Resumen de los resultados generales
Encuesta de seguimiento a egresados en la Licenciatura en Turismo
Generaciones comprendidas entre el 2000-1 y el 2008-1,
2008-2, 2009-1 y 2009-2.**

Indicadores	Cohorte 2000-1 al 2008-1	Cohorte 2008-2	Cohorte 2009-1	Cohorte 2009-2
Egresados que trabajan actualmente	77%	74%	36%	45%
Egresados que ejercen su profesión	40%	44%	29%	5%
Tamaño de la empresa donde laboran los egresados	Grande: 35% Mediana: 13% - Micro: 20%	Grande: 26% - Pequeña: 17% Micro: 26%	Grande: 21.4 - Micro: 14.3%	Grande: 10% Mediana: 10% Micro: 20%
Coincidencia de los estudios con la actividad	Total: 24% Mediana: 28% Baja: 13% Nula: 9%	Total: 30% Mediana: 30% - - -	Total: 29% - - -	- Mediana: 25% - -
Medio que le permitió encontrar el empleo	Recomendación de un amigo o familiar: 24% - -	Recomendación de un amigo o familiar: 21% - -	Servicio Social Profesional: 14% - -	Recomendación: 11% Relaciones de empleos anteriores: 10% Medios electrónicos: 10%
Evolución del empleo posterior al egreso	Mejoró: 51%	Mejoró: 57%	Mejoró: 21%	Mejoró: 20%
Posibilidades de ascenso en la empresa actual	61%	74%	27%	27%
Aspectos determinantes en la obtención del empleo	Experiencia y desempeño laboral: 22% Formación Profesional: 22%	Experiencia y desempeño laboral: 35% - -	Experiencia y desempeño laboral: 21.4% - -	Experiencia y desempeño laboral: 10% Disponibilidad y habilidades: 10%

**Tabla 2. Resumen de los resultados generales
Encuesta de seguimiento a egresados en la Licenciatura en Turismo
Generaciones comprendidas entre el 2000-1 y el 2008-1,
2008-2, 2009-1 y 2009-2. Continuación**

Conocimientos que tienen los egresados sobre los requisitos y opciones de titulación	73%	87%	86%	40%
Realización de Estudios de posgrado relacionados con la profesión de los egresados	17%	-	-	-
Contribución de las opciones con valor en créditos en la formación profesional de los egresados	86%	91%	93%	90%
Áreas formativas del plan de estudios que recibieron mayor énfasis: áreas teóricas, áreas prácticas o equilibrio entre ambas	Equilibrio. Entre ambas: 53%	Equilibrio. Entre ambas: 57%	Equilibrio. Entre ambas: 93%	Equilibrio. Entre ambas: 60%
	Áreas teóricas: 28%	Áreas prácticas: 26%		Áreas prácticas: 20%
	Áreas prácticas: 17%	Áreas teóricas: 17%		Áreas teóricas: 20%

Fuente: Elaboración propia con datos del estudio de campo. 2010.

Abordando los resultados obtenidos en la tercera parte de la encuesta, referente a los datos académicos, se tienen los siguientes datos: Del 100% de los egresados, el 72% manifiesta que sí conoce los procedimientos, requisitos y opciones de titulación establecidos para la Facultad de Turismo y Mercadotecnia.

Así mismo, del 100% de los egresados, solo el 17% ha cursado algún programa académico de posgrado relacionado con su profesión (Maestría en Mercadotecnia). Otro significativo 18% ha cursado diplomados, que aún cuando no son considerados programas de posgrado, son programas profesionalizantes que les permiten mejorar e incrementar sus competencias profesionales. Estos programas tienen que ver con recursos humanos, mercadotecnia, ventas y dirección general, entre otros.

Y por último, indagando acerca de la percepción del egresado sobre su programa de estudios, se tiene que el 90% considera que las opciones con valor en créditos sí contribuyeron en su formación profesional, ya que les permitió llevar a la práctica muchos de los conocimientos adquiridos.

En el mismo sentido, cuando se les preguntó a los egresados sobre su apreciación respecto a si consideraban que el contenido de las mate-

rias de la carrera fue suficiente para darle una formación de su profesión, aproximadamente el 49% estuvo de acuerdo y un porcentaje igual estuvo en desacuerdo. El principal argumento para el primer grupo fue el hecho de tener un plan de estudios estructurado y bien dirigido al sector turístico. No así los del segundo grupo, quienes piensan que son materias básicamente teóricas con poca aplicabilidad en el campo laboral y en algunos casos repetitivas.

En el aspecto del adecuado equilibrio entre las áreas teóricas y las prácticas, un 66% de los egresados manifiestan que sí lo hubo durante toda la etapa de formación. Sin embargo, hay porcentajes importantes de egresados que consideran que la estructura del plan de estudios subordina los aspectos prácticos a los teóricos.

Conclusiones

El proceso de seguimiento de egresados es una excelente herramienta, que además de generar indicadores de formación académica e indicadores laborales, arroja información categórica para redefinir los procesos educativos y orientarlos a satisfacer las necesidades y condiciones del mercado que predomina en la zona donde una institución funcione. Además, el desplegar esfuerzos para iniciar y mantener relaciones activas entre una institución y el egresado, puede ser el mejor canal de retroalimentación del que puede disponer para obtener información que por un lado le permita asegurar la mejora continua de sus programas de estudio, y por el otro, la posibilidad de ampliar la oferta educativa diseñada conforme a las demandas manifiestas por estos sobre sus expectativas de rutas académicas.

La UABC y particularmente la Facultad de Turismo y Mercadotecnia tendrán que revisar constantemente los resultados obtenidos en el programa de seguimiento de egresados para evaluar la pertinencia educativa del programa de la licenciatura en turismo en el contexto donde estratégicamente se plantea tener algún tipo de impacto.

En este sentido, y tomando en consideración los resultados obtenidos en el estudio de campo, pueden observarse aspectos positivos y también oportunidades de mejora en las cuales se tendrá que trabajar. De los aspectos positivos en los que coincidieron la mayoría de los egresados independientemente de su cohorte, se pueden mencionar:

- El énfasis en los procesos de tipo administrativo asociados a la fase de titulación y el servicio social profesional.
- El énfasis en la generación de adecuadas opciones con valor en créditos en la formación profesional.
- La utilización de canales eficientes de información y comunicación para hacer del conocimiento de la comunidad universitaria, las políticas, reglamentos y procesos que se destinen a fin de cumplir los objetivos académicos.

- La mejora en las oportunidades laborales que perciben los egresados.
- La colocación de forma sostenida de los egresados en microempresas, lo que se traduce en un área de oportunidad por desempeñar en éstas, cargos de dirección o administración, lo cual les permite hacer uso de todos los conocimientos, habilidades, actitudes y competencias para hacerlas más eficientes y rentables en el área o sector al que pertenezcan. Esto también podría servir de insumo para que en la próxima revisión del plan de estudios, se definiera un perfil adecuado a este grupo de empresas, ya que su tamaño, estructura, flujo de operaciones y participación en el mercado, requiere de decisiones diferentes.

Entre las áreas de oportunidad que tendría la Facultad se podrían mencionar por ejemplo, el mejorar los canales de vinculación entre la Universidad y el sector productivo y empresarial de la localidad, de tal manera que el intercambio de información en términos de oferta y demanda laboral sea directo. Lo más concreto que se podría hacer, sería crear una bolsa de trabajo que apoye los esfuerzos que se hacen a nivel institucional para difundir las opciones laborales en los egresados. De la misma manera, fomentar en el plan de estudios un equilibrio adecuado entre los contenidos teóricos y los prácticos, de tal forma, que se pueda conseguir el desarrollo de competencias que estos necesitan para enfrentar situaciones y plantearse opciones de solución en los procesos de toma de decisiones.

Finalmente, se cree que también sería conveniente obtener información sobre la proyección social –en términos de reconocimiento– de los egresados de la licenciatura, es decir, la participación activa y eficiente en comités, cámaras y asociaciones con o sin fines de lucro que persigan por objetivo el desarrollo social y económico de los sectores en los cuales participan.

Referencias bibliográficas

- Cuamea, Felipe y Álvarez, Juan (2006). "Modelo educativo de la Universidad Autónoma de Baja California". **Cuadernos de Planeación y Desarrollo Institucional**, México. Editorial de la Universidad Autónoma de Baja California.
- Jaramillo, Alberto; Giraldo, Andrés y Ortiz, Javier (2006). "Estudios sobre egresados: la experiencia de la Universidad AEFIT". **Revista Universidad EAFIT**. Colombia, volumen 42, número 141, pp. 111-124.
- Lopera, Carlos (2005). "Los estudios sobre seguimiento de egresados en los procesos de mejora continua de la actividad universitaria". **Memorias del Seminario para Funcionarios Universitarios y Gubernamentales sobre Seguimiento de Egresados, de la RED GRADUAD2**. México.

- Mungaray, Alejandro (2004). "El Cambio Organizacional de la Universidad Autónoma de Baja California en el Contexto de las Políticas Mundiales y Nacionales sobre Educación Superior". **Revista de la Educación Superior**. México, volumen 33 (3), número 131.
- Roa, Rubén; Arcos, José y Ramírez, Juan (2006). **Estudio de seguimiento de egresados y empleabilidad de la Universidad Autónoma de Baja California**. México. Editorial de la Universidad Autónoma de Baja California.
- _____ (2007). "Estudio institucional de seguimiento de egresados. Cohorte de egreso 2005-1". **Cuadernos de Planeación y Desarrollo Institucional**. México. Editorial de la Universidad Autónoma de Baja California.
- Schomburg, Harald (2009). **Seguimiento a egresados, información para la pertinencia**. Ministerio de Educación Nacional de la República de Colombia. Recuperado el 25 de febrero de 2009 de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-136997.html>
- Valenti, Giovana y Varela, Gonzalo (2004). **Diagnóstico sobre el estado actual de los estudios de egresados**. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. México. Editorial ANUIES.