



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.  
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Jalisco, Estado de México. 7223898473*

RFC: ATI120618V12

**Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.**

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

**Año: VII**

**Número: Edición Especial**

**Artículo no.:2**

**Período: Julio, 2020**

**TÍTULO:** Acerca de un sistema de estrategias didácticas para contribuir a la impartición de la asignatura psicología del turismo a los estudiantes de la Licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Turismo, UAGRO, ciclo escolar 2018 -2019.

**AUTORA:**

1. Máster. María Esther Torres Lucena.

**RESUMEN:** En el presente artículo, la autora aborda una propuesta de investigación pedagógica dirigida al logro de la comprensión de la asignatura de Psicología del Turismo a partir de estrategias didácticas para contribuir a la impartición de la asignatura a los estudiantes del tercer semestre de la licenciatura en gestión turística de la facultad de turismo, ciclo escolar 2018 -2019, lo cual se fundamenta como parte de su tesis doctoral en Ciencias Pedagógicas e impulsar el interés de manera recreativa, elevar el aprovechamiento de los alumnos que se comprometan, evitar el ausentismo y que todos cumplan con sus tareas de investigación, lo que determina la pertinencia en su proceso formativo.

**PALABRAS CLAVES:** psicología del turismo, Facultad de Turismo, Licenciatura en Gestión Turística, Estrategias Didácticas.

**TITLE:** System of didactic strategies to contribute to the teaching of the subject Psychology of Tourism to the students of the Bachelor in Tourism Management of the Faculty of Tourism, UAGRO, school year 2018 -2019.

**AUTHOR:**

1. Máster. Ma. Esther Torres Lucena.

**ABSTRACT:** In this article, the author addresses a pedagogical research proposal aimed at achieving understanding of the subject of Psychosociology of Tourism from didactic strategies to contribute to the teaching of the subject to the students of the third semester of the Bachelor in Tourism Management of the Faculty of Tourism, school year 2018 -2019, which is based as part of her doctoral thesis in Pedagogical Sciences and boost interest in a recreational way, increase the use of students who commit, avoid absenteeism and that all comply with their research tasks, which determines the relevance in their training process.

**KEY WORDS:** Psychosociology of Tourism, Faculty of Tourism, degree in Tourism Management, Teaching Strategies.

**INTRODUCCIÓN.**

En el presente trabajo se analiza la importancia sobre un sistema de estrategias didácticas para contribuir a la impartición de la asignatura psicología del turismo en función de los estudiantes de la licenciatura en gestión turística de la facultad de turismo, de la UAGro, ciclo escolar 2018 -2019 para la academia psicosocioeconómica.

Posteriormente, se profundizará en la actividad turística, el ocio, el tiempo libre, el turismo implica un conjunto de actividades que se realizan para satisfacer las necesidades que el turista tiene desde el mismo momento que decide emplear su tiempo libre para hacer turismo y es la realización de estas actividades las que constituyen el eje focal para la formación del recurso humano que va a prestar el servicio a los turistas que visitan un destino determinado, por lo que se requiere un profesional del turismo con un perfil multidimensional de la actividad.

La asignatura de psicología del turismo es de gran importancia para el estudiante de la Licenciatura en Gestión Turística, prepara a los alumnos para el futuro, para cuando a ellos les toque desarrollarse profesionalmente sepan cómo proceder, en la escuela aprenden todos los pasos que tienen que seguir para tratar de resolver las problemáticas que se le presenten en el campo profesional, por lo que la motivación por la asignatura, da sustento teórico a la propuesta de investigación pedagógica, que la autora de este trabajo propone.

## **DESARROLLO.**

### **1. La importancia de la formación de profesionales del turismo en el contexto de la ciudad de Acapulco, Guerrero.**

Sin lugar a dudas, el Turismo es una actividad que año tras año va adquiriendo mayor relevancia en la economía de los países. Hace ya veinte años, el futurista Herman Kalm predijo que el turismo sería la industria más grande del mundo para el año 2000 (Damm, s.f.).

El turismo es una actividad socio-económica integrada por un conjunto de bienes y servicios que implica la interacción entre el turista y el prestador de servicios en un área determinada como destino donde se produce el consumo por parte del turista de esos bienes y servicios que le fueron ofrecidos en su lugar de origen o residencia habitual (Gómez, 2009, p.46), y de los impactos que tanto él como la industria tienen sobre los ambientes socio-culturales económicos del anfitrión (Jafari & Brent, 1981 citado por Damm, s.f.). Según Salaverría (1996), el turismo es una actividad que requiere de ciertos elementos estrechamente vinculados y que lo constituyen como un sistema funcional, por cuanto cada uno tiene una función específica y contribuye significativamente para que la actividad se produzca (como se citó en Gómez, 2009, p.46).

Definición de turismo: "El estudio del hombre lejos de su hábitat usual, de la Industria que responde a sus necesidades, y de los impactos que tanto él como la industria tienen sobre los ambientes socioculturales económicos del anfitrión" (Jafari & Brent, 1981, citado por Damm, s.f., p.30).

Castaño (2005 como se citó en Korstanje, 2009), analiza la definición de turismo como así también su aplicación en el terreno de la investigación empírica. Recordando la primera definición científica de turismo en Guyer-Freuler en 1905 como la necesidad creciente de descanso y "cambio de aires". Castaño analiza historiográficamente toda una batería de definiciones acerca del turismo que abarcan desde la Escuela Berlinese hasta las más actuales en donde se enfatiza en la división entre el tiempo del ocio y del trabajo, aun cuando en los últimos años se ha dado gran importancia al encuentro entre visitantes y anfitriones dentro de las transacciones e interacciones propias de la actividad y sus impactos derivados (sean estos positivos o negativos) (p.114). Además, observa que la idea de vincular al turismo con el desplazamiento geográfico ha estado presente como "paradigma" en todas las escuelas, más no necesariamente ello deba ser considerado así (p.114).

También es de común y particular interés el debate surgido alrededor del carácter comercial del turismo, y las diferentes definiciones establecidas por las Instituciones Internacionales las cuales velan por la concreción económica de la industria como la OMT (Organización Mundial del Turismo) (Korstanje, 2009, p.114).

Castaño (2005, como se citó en Korstanje, 2009) elabora una sintética pero profunda explicación acerca de la evolución histórica del turismo desde una práctica característica de cierto grupo privilegiado hasta una forma acabada y masiva de desplazamiento comercializado (p.114).

La posibilidad de definir al turismo y su evolución permite a Castaño (2005 como se citó en Korstanje, 2009), analizar al turista, al viajero y a la teoría de los roles. Pertinentemente, el autor se pregunta ¿es todo viajero un turista? En consecuencia, Castaño (2005, como se citó en Korstanje, 2009) considera que para responder esa pregunta es necesario adentrarse en la teoría de los roles de Pearce (1982,

citado por Korstanje, 2009), por el cual se establecen diferentes parámetros de comportamiento y reacción en los viajes en concordancia con el rol ejercido. Bajo una tipología de 15 categorías que van desde el turista clásico hasta el antropólogo, Castaño (2005, como se citó en Korstanje, 2009), sugiere que las conductas humanas en y hacia los viajes se encuentra relacionada con el rol del viajero (p.114)

Para el autor, un destino turístico es *“el ámbito espacial donde se ubican una serie de recursos diseñados en su conjunto para atraer y satisfacer diferentes necesidades y expectativas de los consumidores turísticos que se desplazan, permanecen e interactúan en dicho lugar por un cierto período, como ya hemos señalado con anterioridad, que debe ser no inferior a 48 horas”* (Castaño, 2005, p.108, citado por Korstanje, 2009, p.115). Con esta definición operativa, el autor clasifica a los recursos turístico en cuatro categorías: a) infraestructura, b) recursos naturales, c) recursos culturales y d) recursos psicosociales (hospitalidad). La complejidad de la imagen-destino y el estudio de las variables explicativas carecen de estudios empíricos que relacionen diacrónicamente como se estructura esa imagen dentro de la mente del consumidor (Korstanje, 2009, p.115).

Diversas investigaciones enfatizan en la posibilidad que la información oral por recomendación de amigos y parientes influye en la decisión en mayor grado que otras variables tales como edad y educación; por lo demás, Castaño (2005, como se citó en Korstanje, 2009), aborda convincentemente el papel de la seguridad en la imagen destino según un modelo de cuatro factores principales: a) el terrorismo, b) la guerra o inestabilidad política, c) las preocupaciones por la salud, d) la criminalidad. Las categorías mencionadas, influyen negativamente en mayor o menor medida en el consumo turístico generando mayor nivel de riesgo y ansiedad. En este contexto, el psicólogo español sugiere que las personalidades psicocéntricas experimentan mayor riesgo que las aloicéntricas, a la vez que aquellos “buscadores de novedad” tienen grados de tolerancia hacia la incertidumbre y el riesgo que aquellos que se deciden por destinos más tradicionales (p.115-116).

Uno de los grandes problemas que tiene actualmente México, que no es exclusivo de nuestro país, pero repercute en nuestro contexto local, es la inseguridad, situación que ha influido para que el turismo internacional se haya alejado en las últimas décadas, y el puerto de Acapulco, solo sea un centro turístico de fin de semana, y vacaciones de verano y fin de año, pero en su mayoría, turismo nacional que deja poca derrama económica, porque es la divisa que deja un incremento de ahorro al ser dinero fresco, y por otra parte, es una verdad que el modelo de desarrollo turístico que ofrece el puerto ya se agotó, solo se ofrece, sol, mar, playa y una buena habitación cuando las perspectivas de los turistas ya son otras, sin embargo Acapulco sigue siendo un referente del turismo a nivel mundial. En el ámbito mundial se reconoce cada vez más el turismo internacional como un sector estratégico para la obtención de divisas.

El Estado de Guerrero es una entidad en donde a pesar de sus recursos naturales no ha logrado un desarrollo regional en la planificación de la economía a nivel nacional solo consideran al turismo importante para la economía, guerrerense, porque el estado tiene una geografía donde existen lugares con bellos paisajes, y en la mayoría de su población tiene vocación de servicio.

El triángulo del sol, conformado por Acapulco, Ixtapa-Zihuatanejo y Taxco, en donde se ha desarrollado de manera planificada la actividad turística, sobre todo en Ixtapa-Zihuatanejo, por mucho tiempo solo estos sitios sostuvieron la economía del Estado, por lo que el gobierno del Estado ha buscado impulsar, más municipios, como en las dos costas, la Grande y la Chica, en la montaña y en la zona Centro está actividad, ante una falta de desarrollo ha llevado a convertir al turismo, en una alternativa importante para el desarrollo regional.

Actualmente, el turismo es para Acapulco una actividad vital y prioritaria para su desarrollo, así como una de las actividades económicas más importantes en gran parte de los países y donde aún no lo es, tiende a ser la actividad más dinámica y de mayores perspectivas, con lo que adquiere un carácter

estratégico para el desarrollo, ya que es uno de los sectores de más rápido crecimiento a nivel mundial y uno de los más globalizados.

En una realidad socio-cultural – económica mundial caracterizada de dinámica y compleja, por la fuerte presión de los avances de la comunicación y la tecnología, por la expansión de los mercados y los rápidos y continuos cambios económicos, políticos y sociales, el recurso humano toma protagonismo; se les exige más formación y se siente más vulnerable a los cambios de las organizaciones y a las necesidades del trabajo, para el logro de los objetivos, cobra vital importancia en el contexto actual de la entidad guerrerense y el Turismo; por eso, se necesitan cuadros profesionales que lleven a desarrollar a la actividad turística, y para ello se exige formación permanente, de ahí la importancia de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero en la formación de profesionales pertinentes al turismo.

Según John Fletcher (1989): "El turismo es la actividad más importante del sector servicios de todo el mundo y para muchos países es de creciente importancia a nivel económico puesto que representa una fuente de ingresos de moneda extranjera y de ganancias y de trabajo" (citado en Damm, s.f., p.23); por otro lado, el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio (Sancho, 2003, citado por García & Valenzuela, s.f.).

En esta definición, el turismo se puede entender como la fuerza cultural económica y social cuyo impacto en todos los sectores de la sociedad es reconocido universalmente, ya que pone en contacto a personas de formación y niveles de vida diferentes (Cárdenas, 1991, citado por García & Valenzuela, s.f., p.2).

El turismo es un fenómeno social de primer nivel, y lo es porque mueve una cantidad de personas y de recursos absolutamente imponente; por ello, se nos hace necesario su análisis desde el punto de

vista sociológico sobre todo en cuanto que es un indicador de desarrollo en muchas sociedades y supone una realidad dinámica que está sujeta a fluctuaciones permanentes. (Pérez, 2010, p.160)

La teoría de los sistemas está claramente aceptada en el ámbito del turismo. Esta teoría se aplica para declarar que el turismo se constituye bajo un sistema que integra una serie de elementos que están relacionados e interconectados de manera tal, que, si uno de los elementos del sistema se altera, tendrá repercusiones en el resto de los elementos de dicho conjunto (Pérez, 2010, p.161).

Indudablemente, el turismo es una actividad que ha crecido en los últimos años y que seguirá creciendo en los venideros.

También se torna interesante la tendencia de varias disciplinas y claustros académicos de estudiarlo como un fenómeno específico. Obviamente, cada disciplina construye su objeto de estudio acorde a los “paradigmas” fundacionales de su propia rama.

En este sentido, surgen diversas discrepancias a la hora de definir ¿qué es realmente el turismo? Para la sociología y la psicología el turismo se convierte en una actividad relacional puramente psico-social.

Por el contrario, para la geografía, éste adquiere una dimensión territorial espacial de distribución tangible. Los ambientalistas entenderán al turismo como un fenómeno plausible de protección, etc. el punto central de la discusión, es que cada disciplina comprende, analiza y trabaja la noción de turismo bajo un prisma determinado.

Lo cierto es que el turismo como disciplina requiere de varios enfoques provenientes de la geografía, la sociología, la antropología, la psicología, la economía etc. En este sentido, la intersección de todas ellas crea un núcleo teórico para el estudio del mismo, seleccionando aquellos postulados o “paradigmas” adaptables y desechables a la realidad propia del fenómeno (Jafari, 2005, como se citó en Korstanje, 2013, p.4).

## **2. La importancia de la formación profesional en los trabajadores del turismo.**

La Escuela de Turismo en Guerrero surge por una necesidad de impulsar la actividad turística de manera profesional, fue creada por el entonces rector Jaime Castrejón Diez el 4 de septiembre de 1970; en la ciudad y puerto de Acapulco, por el auge que empezó a tener esta actividad en los años sesenta; ante el triunfo de la Revolución Cubana que cerró sus puertas sobre todo al turismo estadounidense, quien se volcó hacia nuestro país, especialmente hacia Acapulco, trajo como consecuencia el esplendor del puerto, el rector Castrejón con una amplia visión creó la Escuela de Turismo para impulsar la actividad económica para el desarrollo regional a través del turismo.

Actualmente la escuela de Turismo, se convirtió en Facultad de Turismo, no solo imparte la Licenciatura en Gestión Turística, también tiene un postgrado, una Maestría en Desarrollo Turístico, con mención en Desarrollo Sustentable y Mercadotecnia.

En el turismo se hace necesario mejorar la calidad del producto turístico, así como adoptar las políticas de marketing para poder competir con otros destinos.

Por otra parte, la competencia dentro del mercado nacional, entre los distintos destinos domésticos y entre las diversas empresas que conforman la oferta turística, hace imperante aumentar la productividad y eficacia de las organizaciones del sector, lo que supone un aumento en la eficiencia de los trabajadores. Para esto, indudablemente, la educación de quienes se desempeñarán en el sector juega un rol importantísimo.

Según Ritchie, B. (1992, citado por Damm, s.f.) “es posible que un destino, independientemente de su potencialidad para ser explotado, sea competitivo dentro del mercado turístico mundial si los líderes dirigen de manera apropiada y efectiva el desarrollo; si los empresarios aseguran la proporción de experiencias de alta calidad y eficaces en función de los costos; si el personal de primera línea se relaciona con el turista de manera efectiva, íntegra y amigable” (p.24).

### **3. Perfil del profesional en Turismo.**

El turismo como fenómeno económico, político, social y cultural se caracterizó por su dinamismo y complejidad desde la década del 50'. Esto impulsó la temprana creación de los estudios en turismo en las instituciones educativas.

Desde entonces, las universidades fueron definiendo el modelo profesional mediante la orientación de la currícula.

Esta no solo comprende los contenidos curriculares, sino que constituye un proyecto a partir de la "síntesis de elementos culturales" (conocimientos, valores, costumbres, creencias, hábitos) que conforman una propuesta político-educativa pensada e impulsada por diversos grupos y sectores sociales cuyos intereses son diversos y contradictorios, aunque algunos tiendan a ser dominantes o hegemónicos y otros tiendan a oponerse y resistirse a tal dominación o hegemonía (De Alba, 1998, p.3). En este sentido, la currícula se definió por el carácter multidimensional de la actividad; la misma fue abordada desde disciplinas diversas como la economía, la geografía, la sociología, la arquitectura, marcando un alto grado de heterogeneidad en lo que se refiere a los enfoques, incumbencias y perfiles profesionales elaborados para la carrera de grado; aun así, en el enfoque curricular prevalecieron las posturas teóricas orientadas a la productividad y competitividad económica del turismo.

Raquel Glazman (2002) afirma, que el perfil se constituye con los conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes y valores requeridos para satisfacer las necesidades éticas, políticas y económicas en los ámbitos laboral y social.

El perfil tiene como rol orientar la construcción del currículo, sustentar las decisiones que se tomen, y ser un referente para el diálogo entre las instituciones educativas, el mundo del trabajo y los propios practicantes de la profesión (Corvalán & Hawes, 2006).

Arnaz (1981, citado por Díaz-Barriga et al., 1999) propone los siguientes componentes como los mínimos que debe contener el perfil del egresado:

- 1) La especificación de las áreas generales de conocimiento en las cuales deberá adquirir dominio el profesional.
- 2) La descripción de las tareas, actividades, acciones, etc., que deberá realizar en dichas áreas.
- 3) La delimitación de valores y actitudes adquiridas necesarias para su buen desempeño como profesional.
- 4) El listado de las destrezas que tiene que desarrollar (p.91).

Como ya se mencionó antes, estos componentes deben detectarse para elaborar el perfil sobre la base de una investigación que contenga los siguientes elementos a su disposición: las necesidades sociales a las cuales tratará de dar solución el profesional, los resultados de las investigaciones tendientes a determinar el posible mercado ocupacional y el análisis que se haga de las disciplinas que podrían aportar elementos para la solución de los problemas.

Por otro lado, también la evaluación de la vigencia del perfil profesional se refiere a la valoración que se hace de éste a partir de su actualidad y adecuación, en función de los fundamentos que le sirven de base.

Toda modificación o corrección del perfil profesional responde a los cambios de los elementos que lo fundamentan: necesidades y problemas sociales detectados, potencial del mercado ocupacional, avances disciplinarios, etc. No se puede olvidar, que el profesional intenta solucionar una serie de problemas que no son estáticos, sino cambiantes y dinámicos, por lo que esta valoración deberá ser permanente.

Esta autora entiende que aunque no se han precisado suficientemente los requerimientos de la formación de los profesionales del turismo, es necesario prestar atención a los siguientes aspectos: El propósito de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro), es formar licenciados en Gestión Turística, comprometidos con la sociedad y la sustentabilidad, con valores orientados al servicio, es decir que tengan vocación de servicio, y que sean capaces de planear, operar,

y evaluar de manera creativa el desarrollo del turismo con un enfoque multidisciplinario, que vaya acorde a los tiempos que se están viviendo, que responda a las necesidades de la actividad turística actual de esta manera generar el desarrollo regional.

#### **4. Perfil profesional del Licenciado en Turismo.**

- El Licenciado en Turismo es un graduado universitario consustanciado con la realidad local, regional y nacional, habiendo incorporado en su formación conocimientos conceptuales, procedimentales y actitudinales que le permiten intervenir en el ámbito público, privado y en organizaciones intermedias desde la concepción y principios del desarrollo turístico sustentable.
- Posee las actitudes, aptitudes y conocimientos para analizar y comprender el fenómeno turístico en un contexto global, desde una mirada reflexiva-crítica, innovadora y creativa, con responsabilidad en la toma de decisiones de alto nivel.
- El licenciado en Turismo es el profesional capacitado a nivel académico con dominio del conocimiento y las competencias para integrar equipos interdisciplinarios y multidisciplinarios que le permitan actuar como asesor en la formulación, gestión y evaluación de políticas de turismo, planes integrales de desarrollo turístico, programas y proyectos vinculados al sector.
- Posee capacidad y habilidades para desempeñarse tanto en áreas gerenciales como operativas de las empresas turísticas, con el fin de analizar las características, cambios y tendencias de los servicios turísticos y proponer diversas acciones estratégicas encaminadas a detectar oportunidades de mercado para impulsar su comercialización en un ámbito de intensa competencia, sobre la base de la responsabilidad social.
- El Licenciado en Turismo está capacitado para desarrollar actividades académicas en el campo de la docencia, investigación, difusión y extensión en instituciones públicas y privadas, con el fin de producir nuevos aportes que le permitan adaptarse a los cambios que presenta el desarrollo de

la actividad y el ejercicio de su rol, a partir de la construcción de conocimientos científicos y reconfiguración significativa de las experiencias adquiridas en el ejercicio de su rol (UNLaR, s.f.).

#### **5. El Licenciado en Turismo es competente para:**

- Planificar estratégicamente el desarrollo integral del sistema turístico, a través de la formulación y evaluación de planes, programas y proyectos a nivel oficial y/o privado, orientados a la preservación del patrimonio natural y cultural, a nivel local, regional y nacional.
- Realizar estudios e investigaciones relacionadas con los recursos y la actividad turística, sus tendencias y perspectivas, para un desarrollo turístico sustentable.
- Asesorar en entes públicos y/o privados en la formulación y evaluación de proyectos de inversión e investigación para la determinación de áreas y zonas turísticas prioritarias.
- Gestionar y administrar organizaciones prestadoras de servicios turísticos y las vinculadas al sector difundiendo prácticas sustentables.
- Diseñar, instrumentar y dirigir programas de promoción turística de productos y destinos competitivos y sustentables, que satisfagan las necesidades del mercado nacional e internacional.
- Intervenir técnicamente en la organización, estructura y funcionamiento del organismo público y/o privado vinculado al turismo; así como en el uso eficiente de los recursos humanos, materiales, técnicos y financieros.
- Asesorar en la elaboración de normas y políticas para el manejo y conservación de los recursos turísticos actuales y potenciales, así como de las empresas y/o actividades vinculadas al sector.
- Organizar, coordinar y administrar ideas o proyectos a fin de promover la autogestión y la cultura emprendedora (UNLaR s.f.).

## **6. Universidad Autónoma de Guerrero.**

La "Universidad, es una institución de educación superior que en cumplimiento de sus funciones debe realizar fundamentalmente: Investigación, Docencia y Extensión, las cuales deben atender adecuadamente los intereses y necesidades del país y la región donde está inserta" (Gutiérrez, 1990 como se citó en Damm, s.f., p.24).

La Universidad Autónoma de Guerrero es una Institución joven, pero a la vez pujante y en constante transformación. La máxima casa de estudios de Guerrero nace producto de la lucha de las clases populares de la entidad por una mejor educación y por una institución que coadyuve en el desarrollo económico, político y social del Estado de Guerrero.

Su labor fundamental es formar ciudadanos altamente competitivos en el mercado laboral, igualmente importante es que dichos profesionales cuenten con un elevado compromiso social. (UAGro., s.f.b)

## **7. Desarrollo de la formación de profesionales del turismo en México.**

Los antecedentes que existen respecto del origen del turismo como materia de estudio universitario, se registran en universidades austríacas y alemanas en el período entre las dos guerras mundiales (1919-1938) con algunas incorporaciones de cátedras de turismo (Lacorazza, 2013).

Según Mota (2004, citado por Wallingre, 2011), la enseñanza del turismo y el inicio de los estudios teóricos fueron establecidos por Ángelo Mariotti en 1925 en la Universidad de Roma, pero hay registros que el primer instituto específico para el estudio del turismo funcionó en la Alta Escuela de Economía de Berlín en 1929.

En América Latina, este acontecimiento sucedió en México en 1958, cuando fue creada la primera Escuela de Turismo del país en la Universidad Autónoma del Estado de México. En Argentina, en 1964 en la Universidad de Morón (Gualdoni & Atucha, 2009), y en Brasil, según Trigo (1998, citado

por Nicolau, 2004), la primera escuela de turismo fue fundada en 1971 perteneciendo a la Facultad de Morumbi en Sao Paulo.

La enseñanza del turismo académicamente comenzó aproximadamente en la década de 1950, momento en que el turismo adquirió un acelerado crecimiento. Debido a esta rápida expansión de la actividad, la demanda de personal capacitado en el área sufrió un gran aumento.

Esta demanda fue cubierta por un gran número de profesionales de diversas áreas que influían en el turismo, tales como geógrafos, economistas, sociólogos, psicólogos, arquitectos, entre otros. Cada uno de ellos aportaba explicaciones respecto a cómo su disciplina de estudio afectaba al turismo. (Damm s.f., p.28)

### **8. La psicología y sociología en el estudio del turismo. Las ciencias sociales y su relación con el turismo.**

La ciencia social pretende observar y analizar la realidad con el fin de obtener un conocimiento lo más certero posible para poderla explicar y transformar; la ciencia es una práctica social que se distingue de otras por conjuntar una infraestructura de métodos, prácticas, valores y modelos lógicamente estructurados que producirán conocimiento relevante para dicha comunidad (Castillo, 2012, p.13). Por lo tanto, partiendo de que la ciencia social analiza la realidad para obtener más conocimiento, por esta razón, se analizarán, las ciencias sociales de Psicología y Sociología y su relación con el turismo.

La psicología del turismo como rama de la psicología científica en occidente se ha conformado en los últimos años con una metodología propia y se ha forjado desde la investigación y praxis de marcos conceptuales sólidos.

Como ciencia social necesita tanto el aplicar los otros campos de la psicología diferencial, social, ambiental, organizacional, etc. como la interdisciplinariedad con otras ciencias como la economía, la

sociología, la antropología, las neurociencias, etc., es así como esta disciplina científica intenta explicar los comportamientos y la interacción de los individuos en relación con los procesos mentales, cognitivos y afectivos, así como la influencia que ejercen los procesos sociales (incluidos medios de comunicación y tecnologías de la información) en contextos turísticos donde dichas conductas se manifiestan (UDG, 2014). De ahí la importancia de la psicología en el estudio de la actividad turística. La sociología es una ciencia que establece las leyes de la evolución y cambio social, analiza la estructura social.

La sociología debe ser una ciencia con base empírica; es decir, que contrasta sus afirmaciones con los hechos, y que además, debe contar con fundamentos racionales, con enunciados que tengan consistencia lógica.

Es importante hacer notar que la sociología es una ciencia centrada en las cosas que son, no en las cosas que deben ser. Se trata de una ciencia analítica y no normativa. Interpreta la realidad, pero no explica cómo debe ser la realidad para mejorar la sociedad (Gómez, s.f.).

La primera idea que debemos dejar en claro cuando nos adentramos a la interpretación de las relaciones y fenómenos sociales, es que su objeto de estudio está vivo y en constante transformación; es decir, una ciencia en constante movimiento.

Por otra parte, ¿por qué debe la sociología preocuparse por el turismo? La ineludible solidez de este interrogante, se articula con la sencilla y natural contundencia que presenta su respuesta: porque el turismo es un hecho social tal como Durkheim (citado por Capanegra, 2010), los definía. Pero también y parafraseando a Marcel Mauss (1979 citado por Capanegra, 2010), se afirma sin lugar a dudas que el turismo es un hecho social total porque aún como fenómeno parcial, las repercusiones de sus procesos interfieren en toda la sociedad resonando en todos los sectores y actividades, sobre todo, desde su internacionalización y masificación a partir de la 2° posguerra mundial.

**Psicosociología.**

La Psicosociología del turismo es un concepto compuesto por dos ciencias sociales, psicología y sociología, para abordar al turismo como un fenómeno económico, político, social y cultural, producto de la sociedad industrial, dinámico y complejo, a través de la Sociología del Turismo, y la psicología del turismo como rama de la psicología científica en occidente se ha conformado en los últimos años con una metodología propia y se ha forjado desde la investigación y praxis de marcos conceptuales sólidos, ayuda a comprender las motivaciones, preferencias y conductas del turista, los efectos beneficiosos del ocio y el turismo para la salud, la forma de mejorar las interacciones entre turistas y residentes, así como aprovechar el tiempo libre que es un problema para nuestra sociedad, ya que la mayoría no lo aprovecha como debe ser, y por otro lado el ocio, que está dentro del tiempo libre y que tiene la misma problemática.

El ocio y el tiempo libre viven en dos mundos diferentes. Se ha acostumbrado a pensar que son lo mismo, pero todo el mundo puede tener tiempo libre, y no todos pueden tener ocio.

El tiempo libre es una idea de la democracia realizable; el ocio no es totalmente realizable, y por tanto, es un ideal y no sólo una idea. El tiempo libre se refiere a una forma determinada de calcular una determinada clase de tiempo; el ocio es una forma de ser, una condición del hombre, que pocos desean y menos alcanzan (De Grazia, 1966, p.XIX, como se citó en Cuenca, 2014).

**La asignatura de Psicosociología del Turismo de la Facultad de Turismo de la UAGro.**

Competencias genéricas previas requeridas:

Aplicar los conceptos de la psicología y sociología para tomar mejores decisiones en las empresas turísticas, la importancia de los aspectos psicológicos y sociológicos de los viajes.

Analizar problemas específicos relacionados con la psicología y sociología en el ámbito turístico.

Como parte de la formación institucional, esta unidad de aprendizaje pretende proporcionar al egresado conocimientos de los procesos psicosociales relacionados con la conducta individual y social en la actividad turística.

La unidad de aprendizaje da a conocer aspectos básicos de psicología y sociología como cuestiones que abordan estas disciplinas directamente relacionadas con la actividad turística, entre las que cabe destacar las motivaciones que llevan a las personas a hacer turismo, los diferentes tipos de turistas existentes en función de sus motivaciones, los efectos beneficiosos del ocio y el turismo para la salud, la forma de mejorar las interacciones entre turistas y residentes, la manera en que el turismo puede cambiar la forma de pensar de turistas y residentes, los posibles efectos negativos del turismo en la cultura visitada.

La problemática de la impartición de la asignatura psicopsicología del turismo en la academia de psicopsicología en la Licenciatura de Gestión Turística, UAGro.

En el presente trabajo de investigación se profundizó acerca de la problemática de la impartición de la asignatura Psicopsicología del Turismo en la Licenciatura de Gestión Turística, UAGro.

Los estudiantes de la carrera de Gestión Turística de la Facultad de Turismo, de tercer semestre, manifiestan insuficiencias en su proceso de formación son muy irregulares, en la asignatura de psicopsicología del turismo, no la entienden, porque no tienen el hábito de la lectura, no se comprometen, hay mucho ausentismo, no todos cumplen con sus tareas de investigación, y en los exámenes hay alto índice de reprobación, lo que determina la falta de pertinencia en su proceso formativo.

Ante esta situación, la función principal del profesor consiste en motivar al alumnado para que estudie la asignatura; orientarle en el conocimiento global y en los aspectos específicos de la misma; explicarle los aspectos más complejos y facilitarle los recursos didácticos y las estrategias educativas adecuadas que le faciliten el aprendizaje de la materia.

La educación del siglo XXI requiere de una preparación específica en la educación formativa de los alumnos y la enseñanza debe brindar al alumnado la facultad para poder emplear sus conocimientos y destrezas, no sólo para la escuela, sino en la sociedad.

Aunado a esa visión, el humanista de Carl Rogers, “habla de la necesidad de que el aprendizaje sea significativo en el sentido de que los contenidos que se interioricen se encuentren vinculados en alguna medida con lo que es familiar e interesante para el aprendiz” (Díaz Barriga, 2006, p.X).

En el aprendizaje significativo o trascendente importa más el proceso de descubrimiento de conocimientos y habilidades y la adquisición de nuevas experiencias que el almacenamiento pasivo de grandes cantidades de información y teorías ya elaboradas.

En el análisis de los problemas de aprendizaje, Ausubel (citado en Pimienta, 2012) observa que hay una confusión al incluir aprendizajes cualitativamente diferentes en un solo modelo explicativo. Establece que el aprendizaje escolar comprende dos tipos diferentes de procesos, lo cual favorece las siguientes clases fundamentales de aprendizaje:

- Aprendizajes por recepción.
- Aprendizajes por descubrimiento, que están relacionados con los aprendizajes memorístico y significativo.

En el aprendizaje por recepción, el estudiante recibe los contenidos de las asignaturas escolares en forma acabada, los comprende y asimila de manera que es capaz de reproducirlos cuando le es requerido (Pimienta, 2012).

En el aprendizaje por descubrimiento, el contenido de las asignaturas escolares no se da en forma acabada, sino que el estudiante descubre o reorganiza el material antes de asimilarlo, adaptándolo a su estructura cognitiva para descubrir sus relaciones, leyes o conceptos, que posteriormente asimila; sin embargo, el sustrato básico de cualquier disciplina académica se adquiere mediante el aprendizaje significativo por recepción.

Desde esta perspectiva, la tarea docente consiste en programar, organizar y secuenciar los contenidos de manera lógica, para que el estudiante realice un aprendizaje significativo, integrando los nuevos conocimientos de modo sustantivo en su estructura cognitiva con la adopción previa de una actitud activa.

En las estrategias creativas el estudiante adquiere un protagonismo mayor que en las metodologías tradicionales.

El estudiante va construyendo los conocimientos y desarrollando habilidades mediante la búsqueda personal orientada por el profesor/a.

En tal sentido resulta un aprendizaje más implicativo y por lo tanto más atrayente y motivador. Pero hay más en estos casos el alumno/a no se limita a registrar la información recibida, sino que se contrasta posteriormente en grupo.

La enseñanza creativa se caracteriza precisamente por ser activa, motivadora, dinámica, implicativa. Desde una perspectiva constructivista socio cultural, se asume que el alumno se acerca al conocimiento como aprendiz activo y participativo, constructor de significados y generador de sentido sobre lo que aprende, y que, además, el alumno no construye el conocimiento de manera aislada, sino en virtud de la mediación de otros, y en un momento y contexto cultural particulares, con la orientación hacia metas definidas (Rogoff, 1993, como se citó en Díaz-Barriga, 2006). Estos elementos le darán al alumno la posibilidad de comprensión de los contenidos temáticos para poder vincularlos con sus saberes personales, lo cual, deducirá en una motivación al comprender las metas de estudio.

El turismo implica un conjunto de actividades que se realizan para satisfacer las necesidades que el turista tiene desde el mismo momento que decide emplear su tiempo libre para hacer turismo y es la realización de estas actividades las que constituyen el eje focal para formación del recurso humano que va a prestar el servicio a los turistas que visitan un destino determinado, por lo que es necesario

buscar alternativas para motivarlos a través de estrategias didácticas en la impartición de la asignatura, que es importante en su proceso de formación.

Se analizan los indicadores de las problemáticas detectadas en los alumnos egresados, activos, empleadores y docentes a través de encuestas realizadas relativas a la asignatura de psicología del Turismo que los mismos manifestaron en el contexto que se investiga, así como los principales factores que determinan esta problemática.

Por lo anterior se procedió a elaborar y aplicar cuestionarios para profundizar en la problemática.

Se aplicaron como instrumentos 63 cuestionarios, 20 a egresados de la licenciatura en Gestión Turística, 30 a alumnos de séptimo semestre de la licenciatura en Gestión Turística, 10 a empleadores del sector servicios, hoteles, restaurantes y a tres docentes que imparten la asignatura con la finalidad de mejorar la enseñanza de la asignatura de psicología del turismo, y aportar una mejor instrucción a los estudiantes al conocer su nivel de satisfacción en la impartición de esta asignatura.

Se investigó una población de 115 alumnos de séptimo semestre dos grupos del turno matutino y un grupo del turno vespertino lo cual se seleccionaron una muestra de 30 estudiantes (34.5%), a 20 egresados que se encuentran trabajando en la hotelería, así como a 10 empleadores y 3 docentes que imparten la asignatura.

Se realizó también un cuestionario de satisfacción al grupo 305 del turno vespertino al término del semestre, en este grupo se llevaron a cabo las estrategias para la comprensión de la asignatura.

Los resultados de la investigación aportaron que la psicología del turismo, permite al alumno analizar la conducta de las personas incentivadas por diferentes factores, como las necesidades humanas y los rasgos de la personalidad, el carácter y el temperamento, así como los componentes sociales y de grupo, la diversidad cultural, los valores, y el uso de sus hábitos y costumbres, por lo que su enseñanza aprendizaje es fundamental para el alumno.

La vinculación de los conocimientos previos con la nueva información deriva en la construcción de significados. En este orden de ideas, se plantea que para realizar aprendizajes significativos debemos pasar por cinco dimensiones: en primer término, se almacena la información; después se organiza, se hacen su extensión y su refinamiento; y por último se usa significativamente para lograr hábitos mentales productivos.

En el aprendizaje significativo o trascendente importan más el proceso de descubrimiento de conocimientos y habilidades y la adquisición de nuevas experiencias que el almacenamiento pasivo de grandes cantidades de información y teorías ya elaboradas.

El profesor debe inducir a los alumnos para que se sensibilicen a los problemas; promover el aprendizaje por descubrimiento; crear un clima de seguridad y fácil comunicación entre las personas; incitar al sobre-aprendizaje y autodisciplina; diferir el juicio crítico cuando se están exponiendo ideas; estimular los procesos divergentes; formular e incitar a las preguntas divergentes; aplicar estrategias didácticas creativas.

Estas actitudes son claves para generar climas de autoaprendizaje y de implicación espontánea y colaborativa; por otro lado, es preocupante la ausencia de los docentes deja vacíos, interrumpe la enseñanza y desmotiva a los alumnos, es un problema para la calidad de la enseñanza-aprendizaje; no obstante, los docentes valorizan a la asignatura de psicología del turismo, como muy importante para analizar los aspectos psicológicos y sociológicos de los viajes y observar problemas específicos en el ámbito turístico.

Los egresados que fueron entrevistados se orientan al área administrativa o de servicios tienen un buen concepto de sus profesores, con respecto a la asignatura tienen una percepción solamente buena, lo que significa que se debe de buscar alternativas para que se logre la competencia de que se dominen los contenidos de la asignatura desde la perspectiva turística.

Por parte de los empleadores, éstos tienen un buen concepto de la universidad y la satisfacción con el desempeño del egresado ya que la Facultad de Turismo atiende a los requerimientos de los diversos sectores productivos y de servicios al crear los cuadros profesionales para el desarrollo la actividad turística; sin embargo, considerando la percepción de los estudiantes del séptimo semestre, es muy preocupante ya que no se sienten motivados por la materia, no la consideran de gran utilidad, hay ausentismo de parte de los docentes, y de los alumnos situación muy delicada ya que esto repercute en el proceso de formación del estudiante; por lo que hay que buscar las alternativas y estrategias de enseñanza que la asignatura despierte el interés de los alumnos por la importancia que tiene para su proceso de formación.

Se espera, que como producto de las alternativas de aprendizaje que se desarrollaran en el curso, los alumnos se apropien de los contenidos para interpretar los fenómenos y procesos psicosociales.

Las estrategias que se propusieron para solucionar la problemática de la impartición de la asignatura de psicología del turismo se basaron en el constructivismo sociocultural y la perspectiva experiencial- que es el conocimiento situado, es decir, es parte y producto de la actividad, del contexto y de la cultura en que se desarrolla y utiliza.

Para llevar a cabo estas estrategias se tomó en cuenta la transversalidad que es un método teórico-práctico en la enseñanza aprendizaje.

A través de la actividad de una determinada disciplina, en este caso la psicología del turismo, se pueden obtener transversalmente conocimientos significativos, con la transversalidad, la enseñanza aprendizaje se puede hacer más lúdica y divertida, y por ello significativa y duradera en los alumnos. Desde esta perspectiva, el aprender y el hacer son acciones inseparables, por lo que la educación que se imparte deberá permitir a los estudiantes participar de manera activa y reflexiva en actividades propositivas, significativas y coherentes con las prácticas relevantes de su cultura.

De este modo, se plantearon estrategias de enseñanza a través del método de proyectos, del aprendizaje basado en problemas y análisis de casos, y de una diversidad de recursos alternativos que permitan una mejor comprensión de la asignatura que como se ha mencionado es importante en la formación del licenciado en Gestión Turística.

La transversalidad que el alumno tenga la capacidad de análisis y de síntesis.

Actuar en base al rigor, al compromiso personal y con orientación a la calidad. Ser capaz de trabajar y de aprender de forma autónoma y simultáneamente interactuar adecuadamente con los demás, cooperando y colaborando.

Las competencias de la asignatura es aplicar los conceptos de la psicología y sociología para tomar mejores decisiones en las empresas turísticas, la importancia de los aspectos psicológicos y sociológicos de los viajes y analizar problemas específicos relacionados con la psicología y sociología en el ámbito turístico, tiempo libre, ocio, servicios.

Enfoque de la problemática objeto de estudio en los estudiantes de tercer semestre de la licenciatura de Gestión Turística de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro).

En la institución educativa, objeto de investigación por la autora de este trabajo, se han detectado dificultades con la comprensión de la asignatura de Psicosociología del Turismo por parte de los estudiantes de tercer semestre de la licenciatura en Gestión Turística.

Los estudiantes muestran deficiencias en la comprensión de la asignatura, por la falta de hábitos en la lectura, ausentismo de los mismos, así como de los docentes, son más prácticos que teóricos, se les dificulta el aprendizaje por la teoría que es fundamental, la lectura mejora habilidades como la observación, atención, concentración, análisis, además de promover el diálogo; si el estudiante no tiene dichas habilidades, le resultará difícil el poder insertarse a la práctica profesional, porque el turismo está inserto en el sector de los servicios terciarios y esta asignatura es importante en su formación profesional porque en el plan de estudios está en la etapa de formación institucional (EFI)

de competencias genéricas, y debe desarrollar las competencias en el plano profesional de la disciplina para el desarrollo de actividades en las organizaciones turísticas de la región. (UAGro, s.f.a)

A partir de todo lo analizado en párrafos anteriores, y teniendo en cuenta la importancia que se le debe dar a la problemática de la falta de comprensión de la asignatura psicología del turismo; la autora de este trabajo, como parte de su tesis en opción al grado científico de Doctora en Ciencias Pedagógicas asume la siguiente propuesta de investigación que concibe como problema de investigación: ¿ Cómo contribuir a la impartición de la asignatura psicología del turismo en función de los estudiantes de la licenciatura en gestión turística de la facultad de turismo, UAGRO, ciclo escolar 2018 -2019 para la academia de Psicosocioeconomica?

Como respuesta anticipada al problema de investigación, se concretó una idea científica a defender que plantea que un sistema de estrategias didácticas puede contribuir a la impartición de la asignatura de psicología del turismo en el tercer semestre de la licenciatura en gestión turística de la Facultad de Turismo para la academia de psicosocioeconómica, ciclo escolar 2018 -2019.

La investigación concibió variables de tipo dependiente e independiente que le dan soporte a la investigación y son las siguientes:

Variable dependiente: la problemática de la falta de comprensión de la asignatura de psicología del turismo.

Variable independiente: Un sistema de estrategias didácticas puede contribuir a la impartición de la asignatura de psicología del turismo en el tercer semestre de la licenciatura en gestión turística de la Facultad de Turismo para la academia de psicosocioeconomica, ciclo escolar 2018 -2019.

La presente investigación por su carácter es de tipo aplicada, ya que se pondrá en práctica en los estudiantes de tercer semestre de la licenciatura en Gestión Turística.

La investigación es de tipo Interventiva, ya que con la implementación de la propuesta de Un sistema de estrategias didácticas puede contribuir a la impartición de la asignatura de psicología del turismo se pretende abordar y resolver la problemática de la falta comprensión de la asignatura psicología del turismo en los estudiantes en el contexto de referencia.

La investigación por su carácter es de tipo aplicada, por su estudio es interventiva, y por la naturaleza de la información que recoge es mixta.

El muestreo aplicado fue de tipo no probabilístico por conveniencia.

Se investigó una población de 115 alumnos del séptimo semestre dos grupos del turno matutino y un grupo del turno vespertino lo cual se seleccionaron una muestra de 30 estudiantes (34.5%), a 20 egresados que se encuentran trabajando en la hotelería, así como a 10 empleadores y 3 docentes que imparten la asignatura.

Como objetivo general de la investigación se planteó: Contribuir al mejoramiento de la comprensión de la asignatura psicología del turismo.

Como objetivos específicos se determinaron:

1. Implementar los conocimientos psicosociales estudiados en la práctica cotidiana de la actividad turística y del ocio, por medio de estrategias didácticas.
2. Facilitar los procedimientos de análisis y reflexión sobre los fenómenos turísticos, desde una perspectiva psicológica, por medio de actividades fuera del aula.
3. Intercambiar acerca de los diferentes fenómenos psicosociales que se desarrollan en el ámbito turístico, en una relación entre profesor- estudiantes, vínculo relacionado a la producción de conocimientos de los sujetos involucrados en una relación pedagógica.

Para dar cumplimiento a los objetivos específicos, se determinaron las siguientes tareas de investigación:

1. La elaboración del protocolo de investigación.

2. La fundamentación teórica relacionada a la problemática de investigación.
3. La elaboración de instrumentos de evaluación.
4. La aplicación de los mencionados instrumentos.
5. El análisis de los resultados de dicha aplicación de los instrumentos.
6. La elaboración de la propuesta de Objetivos específicos:
7. La validación de dicha plataforma a través del método Delphy o de criterio de expertos.

El objeto de estudio de la investigación se centró en: El proceso enseñanza-aprendizaje de la Asignatura de Psicosociología del Turismo. El campo de acción se determinó en: La comprensión de la asignatura de psicosociología del turismo en dos grupos del turno matutino y un grupo del turno vespertino. Se seleccionó una muestra de 30 estudiantes (34.5%), a 20 egresados que se encuentran trabajando en la hotelería, así como a 10 empleadores y 3 docentes que imparten la asignatura. El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia, debido a que son los grupos en los que imparte clase la investigadora.

Para solucionar la problemática de la impartición de la asignatura de psicosociología del turismo se basó en el constructivismo sociocultural y la perspectiva experiencial- que es el conocimiento situado, es decir, es parte y producto de la actividad, del contexto y de la cultura en que se desarrolla y utiliza. Esto permitió hacer un análisis desde el inicio, y desarrollo del fenómeno en los estudiantes y contexto de referencia.

Para llevar a cabo estas estrategias se tomó en cuenta la transversalidad que es un método teórico-práctico en la enseñanza aprendizaje. Se aplicó en función del trabajo con un modelo teórico-práctico que integre las estrategias para la enseñanza de la comprensión lectora y el logro de la motivación de los alumnos en el aprendizaje de la asignatura a través de herramientas como cartulinas, recorte de revistas, periódicos a través de los collages, las TIC, las cuales mejoraran el desempeño del alumno.

Como métodos de nivel empírico se utilizaron la observación, el estudio de la documentación, la aplicación de encuestas y entrevistas, y el método Delphy.

Método de la observación. Este método permitió el proceso de la observación del fenómeno en los estudiantes y contexto de referencia y así como la determinación con mayor claridad de la problemática de investigación, sobre todo cuando los estudiantes jugaron el rol de turistas y vivieron de cerca los fenómenos del ocio y tiempo libre.

Método de estudio de la documentación: A través de este método se logró la profundización de los conocimientos relativos a la comprensión de la asignatura de psicología, y su importancia, que es fundamental para los alumnos en su proceso de formación.

Estrategias de enseñanza a través del método de proyectos, del aprendizaje basado en problemas y análisis de casos, y de una diversidad de recursos alternativos que permitan una mejor comprensión de la asignatura.

La aplicación de la encuesta y entrevista. Se investigó una población de 115 alumnos de séptimo semestre dos grupos del turno matutino y un grupo del turno vespertino lo cual se seleccionó una muestra de 30 estudiantes (34.5%), a 20 egresados que se encuentran trabajando en la hotelería y a 10 empleadores y 3 docentes que imparten la asignatura.

Se aplicaron encuestas a los estudiantes de séptimo semestre de la Facultad de Turismo para precisar acerca de la problemática del objeto de estudio, así como a 20 egresados que están trabajando con la finalidad de saber cuál fue la importancia de la asignatura en su formación profesional, a los empleadores para saber el grado de satisfacción en cuanto al desempeño laboral de los egresados y a los docentes para saber cuáles son las estrategias que trabajan con los estudiantes en clase, si trabajan acorde a los contenidos del plan de estudios si identifican las dificultades que tienen sus estudiantes y como las solucionan.

La validación del sistema se llevó a cabo a través de la técnica del grupo focal, seleccionando un grupo de personas dispuestas a participar.

Se les presentó la propuesta impresa, y se les pidió que expusieran por escrito sus opiniones acerca de la propuesta. tomando en cuenta: la pertinencia de la propuesta para la solución de la mejora de la enseñanza de la asignatura de psicopedagogía del turismo y viabilidad de la propuesta. Dicha validación demostró la pertinencia de un sistema de estrategias didácticas para contribuir a la impartición de la asignatura de psicología del turismo en el tercer semestre de la Licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Turismo para la academia de psicología, ciclo escolar 2018 -2019.

La investigación es factible, porque la investigadora es docente de la institución de referencia, y trabaja con los alumnos en esa asignatura.

La novedad científica se fundamenta en que no hay trabajo de investigación referido a la problemática de la comprensión de la asignatura de Psicología del Turismo.

El aporte teórico consiste en el abordaje de fundamentos teóricos y metodológicos que permitirán el desarrollo de la comprensión de la asignatura, su sistematización, profundización e importancia, así como se aporta los recursos didácticos y las estrategias educativas adecuadas que faciliten el aprendizaje de la asignatura Psicología del Turismo. El aporte práctico se determina en la elaboración de un sistema de estrategias didácticas puede contribuir a la impartición de la asignatura de psicología del turismo en el tercer semestre de la Licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Turismo para la academia de psicología, ciclo escolar 2018 -2019.

Como resultados esperados de la investigación se promueve el logro del mejoramiento de la Comprensión de la asignatura de Psicología del turismo, a través de las estrategias con la motivación de los alumnos del tercer semestre de la licenciatura en Gestión Turística

## **CONCLUSIONES.**

Con el presente trabajo, la autora tiene la intención de promover la motivación por la asignatura de Psicología del Turismo de los estudiantes en el contexto de referencia, así como dar respuesta desde su contexto a la imperiosa necesidad de que los estudiantes del tercer semestre de la licenciatura desarrollen la comprensión de la asignatura y así puedan enfrentar los retos y demandas que en este respecto tendrán cuando ellos se enfrenten al campo laboral.

En el enfoque de la problemática del objeto de estudio en los estudiantes del tercer semestre de la Licenciatura en Gestión Turística de la Facultad de Turismo de la UAGro, institución educativa objeto de investigación por la autora de este trabajo, se han detectado dificultades con la comprensión de la asignatura de Psicología del Turismo.

Los alumnos muestran deficiencias en la comprensión de la asignatura, son más prácticos que teóricos. En ellos se dificultan su aprendizaje que es fundamental, porque no tienen el hábito de la lectura ya que la lectura mejora habilidades como la observación, atención, concentración, análisis, además de promover el diálogo; si el estudiante no tiene dichas habilidades, le resultará difícil el poder insertarse a los diferentes niveles educativos, así como a su contexto personal; por tanto, las dificultades que se muestran en la comprensión de la asignatura provocan deficiencias en el perfil de egreso en los estudiantes de la licenciatura.

Entre las causas que influyen en esta problemática se encuentran la limitada actividad didáctica de los docentes para lograr que los alumnos se motiven por la asignatura que es importante en su proceso de formación, lo cual influye negativamente en su comprensión y habilidad, en actividades referentes a la actividad turística. La investigación se orienta a combatir esta causa.

En el diagnóstico que se realizó a partir de las entrevistas con los estudiantes de séptimo semestre, los resultados de la encuesta a los estudiantes sobre las temáticas que se abordan en la asignatura uno de los aspectos más importantes es que los contenidos no se abordan como deben ser por parte del

docente, este indicativo se tomó en cuenta para para buscar alternativas a través de estrategias que faciliten el aprendizaje de la asignatura.

Es satisfactorio que los egresados que fueron entrevistados todos están trabajando y se orientan al área administrativa o de servicios y tienen un buen concepto de sus profesores. Con respecto a la asignatura, ellos tienen una percepción buena, lo que significa que se debe de buscar alternativas para que se logre la competencia de que se dominen los contenidos de la asignatura desde la perspectiva turística.

La aceptación del sector empresarial de los egresados es buena, es satisfactorio que los empleadores tienen una alta valoración de los egresados, los consideran responsables, que aprenden nuevos conocimientos y capacidades tienen interés y entusiasmo en el trabajo.

La percepción de los estudiantes de séptimo semestre es muy preocupante, ya que no se sintieron motivados por la materia, no la consideran de gran utilidad, hay ausentismo de parte de los docentes, y también de los alumnos situación muy delicada, ya que esto repercute en el proceso de formación del estudiante.

Los docentes valorizan a la asignatura de psicología del turismo como muy importante para analizar los aspectos psicológicos y sociológicos de los viajes y observar problemas específicos en el ámbito turístico. El problema es que faltan más estrategias para su mejor comprensión.

En contraste con los alumnos de séptimo semestre, los alumnos del tercer semestre que llevaron la asignatura y realizaron las estrategias, se les aplicó un cuestionario de satisfacción.

El grado de satisfacción en la mayoría de los alumnos es muy bueno, 18 de 25 estudiantes que respondieron el cuestionario, que son el 72% del grupo 305, turno vespertino manifestaron satisfacción con la enseñanza de la asignatura, comprendieron más los temas, y con los carteles y dinámicas consideran que se amplían más los temas, se sintieron identificados y les agrado mucho cuando hicieron su biografía en collage, fueron actividades novedosas, se comprendió más que es el

ocio y el tiempo libre en la actividad turística, los collages sirvieron de ayuda para poder aprender más del tema que desarrollaron, con ideas de los alumnos, y consideran las clases de la profesora claras al explicar los temas de interés, les sirvió mucho para aprender y comprender las actividades en las que el turista busca pasar su ocio y tiempo libre; sin embargo, consideran que no fueron suficientes. Fueron muy divertidas, muy interesantes, consideran que faltaron más actividades recreativas por realizar, aprendieron más en esas actividades que en las exposiciones que se hacen por parte de sus compañeros, en las actividades se entretenían y adquirían un nuevo conocimiento; es decir, se relaciona la actividad con el conocimiento, y en las exposiciones solo observan y escuchan un tema, es un poco tedioso prestar atención porque de cierta manera aburre, sobre todo si los expositores no se preparan lo suficiente para motivarlos.

Los estudiantes proponen más actividades para aprender más sobre el turismo y el ocio, que sean actividades divertidas pero llenas de conocimiento.

Con estas estrategias se logró una estrecha vinculación: La interacción entre el alumno y el profesor y entre el alumno y sus pares (interacción alumno-alumno) se producen, sobre todo, a través del lenguaje. Intercambiar pensamientos lleva a reorganizar las ideas y facilita el desarrollo del aprendizaje.

La innovación es importante en las formas de concebir el aprendizaje, la utilización de estrategias y propiciar el aprendizaje continuo de los estudiantes, fomentar el desarrollo de la creatividad y el espíritu emprendedor, promover el manejo de lenguajes y del pensamiento lógico en los estudiantes.

La enseñanza basada en competencias enfatiza la actuación y el desempeño del sujeto en contextos profesionales diversos con determinadas características y en correspondencia con ciertos niveles de cualificación. Estos rasgos particulares del enfoque modifican las relaciones pedagógicas dirigidas hacia el desarrollo de las competencias y su evaluación con el empleo de diferentes medios para la reunión de evidencias, sobre las que se determinará la consecución o no de la competencia, de ahí la

importancia de estas estrategias que buscan fomentar el desarrollo de la creatividad y el espíritu emprendedor, que implica un cambio importante en el enfoque educativo, cuya principal orientación podría considerarse la búsqueda de pertinencia y el establecimiento de puentes o vínculos entre la escuela y la vida y el mundo de la escuela y el mundo del trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Capanegra, C.A. (2010). Sociología del turismo. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Recuperado de: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.5782/ev.5782.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5782/ev.5782.pdf)
2. Castillo, J.R. (2012). *Sociología de la Educación*. Estado de México: Red Tercer Milenio S.C.
3. Corvalán, O. & Hawes, G. (2006). Aplicación del enfoque de competencias en la construcción curricular de la Universidad de Talca, Chile. *Revista Iberoamericana de Educación*, 40(Extra 1). Recuperado de: <https://rieoei.org/historico/deloslectores/1463Corvalan.pdf>
4. Cuenca, M. (2014). *Ocio valioso*. Bilbao: Universidad de Deusto.
5. Damm, L. (s.f.) Educación Profesional en Turismo. *Gestión Turística*, No.3, pp.23-37. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2882920.pdf>
6. De Alba, A. (1998). Curriculum: crisis, mito y perspectivas. Argentina: Miño y Dávila editores. Recuperado de: [http://www.terras.edu.ar/biblioteca/1/CRRM\\_De\\_Alba\\_Unidad\\_1.pdf](http://www.terras.edu.ar/biblioteca/1/CRRM_De_Alba_Unidad_1.pdf)
7. Díaz-Barriga, F. (2006). *Enseñanza Situada: Vínculo entre la escuela y la vida*. México: McGraw-Hill.
8. Díaz-Barriga, F., Lule, M.L., Pacheco, D., Saad, E. & Rojas, S. (1999). Unidad tres. Etapa dos: Elaboración del perfil profesional. En: F., Díaz-Barriga, M.L., Lule, D., Pacheco, E., Saad & S., Rojas. (Eds.). *Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior*. (pp. 85-104). México: Trillas.

9. García, V. & Valenzuela, G.A. (s.f.). Los programas de formación profesional en turismo en la Ciudad de Puebla. X Congreso Nacional De Investigación Educativa. Recuperado de: [http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area\\_tematica\\_02/ponencias/1426-F.pdf](http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_02/ponencias/1426-F.pdf)
10. García Liscano, Rocío Ernestina; García Liscano, Verónica Alexandra; Daza Suarez, Sandra Karina (2018). Eventos turísticos y su relación en el proceso de enseñanza práctica en estudiantes universitarios de la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo, Extensión Quevedo. Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año VI, Edición Especial Noviembre 2018.  
<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/760>
11. Glazman, R. (2002). Política educativa y universidad públicas. Fin del siglo XX. En: M., Tapia & M.T., Yurén. (Coord.). *Los actores educativos regionales y sus escenarios*. (pp.151-174). Cuernavaca, Morelos: UNAM, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias.
12. Gómez, F.J. (s.f.). Tema 0: Introducción a la Sociología. Recuperado de: <http://www.emp.uva.es/~javier/pagina/pantallas/asignaturas/socioempe/materiales/0empresaapuntessociologia.pdf>
13. Gómez, V. (2009). Desempeño laboral del licenciado en turismo de la Universidad de Oriente, según la opinión del sector empresarial turístico privado de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta. *Gestión Turística*, No. 11, pp.41-68. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3284367>

14. Gualdoni, P. & Atucha, A.J. (2009). Licenciatura en Turismo de la Universidad de Mar de Plata, Aportes respecto de su origen y proceso de institucionalización. *Tiempo Libre: Turismo y Recreación*, Vol. 1. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1548/1/Apo2009a13v1pp111-129.pdf>
15. Korstanje, M.E. (2013). Ciencia de la Hospitalidad: Un Nuevo Aporte Epistémico para comprender el objeto del turismo. Eumed.net: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.
16. Korstanje, M.E. (2009). Reseña del libro: Psicología Social de los Viajes y del Turismo. *Gestión Turística*, No.11, pp.113-118. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art07.pdf>
17. Lacorazza, J. (2013). *El perfil profesional del licenciado en turismo frente a las representaciones sociales*. Tesis de Grado, Licenciatura en Turismo, Universidad Nacional de La Plata.
18. Nicolau, K.C. (2004). La integración multidisciplinar en la educación del turismólogo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol.13, pp.5-23. Recuperado de: <https://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/v13n1y2a01.pdf>
19. Noblecilla Grunauer, M. S.; Lazo Serrano, C. A.; Calle Iñiguez, M. P.; Bastidas Andrade, M. I.; Aguilar González, F. E.; Ruíz Carrillo, J. A. (2017). La pertinencia social de los programas de Maestría en Turismo: caso Universidad Técnica de Machala. *Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*. Año: V. Número: 1. Artículo no.43.
20. Pérez, R.J. (2010). Sociología del Turismo: El sistema turístico frente al cambio climático. *Bataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, No.11, pp.159-170.
21. Pimienta, J.H. (2012). *Estrategias de enseñanza-aprendizaje. Docencia universitaria basada en competencias*. México: Pearson Educación.
22. Universidad Autónoma de Guerrero- UAGro. (s.f.a). Mapa Curricular. Facultad de Turismo. Recuperado de: <http://www.turismo.uagro.mx/index.php/8-programas-educativos>

23. Universidad Autónoma de Guerrero. (s.f.b). Mensaje de Bienvenida. Recuperado de:  
<https://www.uagro.mx/conocenos/index.php>
24. Universidad de Guadalajara- UDG. (2014). Psicología Aplicada al Turismo. Asignatura, nivel Licenciatura. Recuperado de:  
[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wefDyTNd\\_GsJ:pregrado.udg.mx/sites/default/files/unidadesAprendizaje/psicologia\\_aplicada\\_al\\_turismo\\_i5507.pdf+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:wefDyTNd_GsJ:pregrado.udg.mx/sites/default/files/unidadesAprendizaje/psicologia_aplicada_al_turismo_i5507.pdf+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx)
25. Universidad Nacional de la Rioja- UNLaR. (s.f). Licenciatura en Turismo. Recuperado de:  
<https://www.unlar.edu.ar/index.php/oferta-academica/carreras-de-grado/432-licenciatura-en-turismo>
26. Vega Falcón, Vladimir, Diego Armando Freire Muñoz, Nelly Ivonne Guananga Diaz, Esdra Real Garlobo, Mónica del Rocío Alarcón Quinapanta, Pavel Aguilera Martínez (2018). Gastronomía ecuatoriana y turismo local. Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año: VI Número: 1 Artículo no.:69.  
<http://files.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/200004010-bd19ebe1a9/18.09.69%20Gastronom%C3%ADa%20ecuatoriana%20y%20turismo%20local..pdf>
27. Wallingre, N. (2011). Avances en la construcción del conocimiento del turismo, pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol.20, pp.149-170. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3737840.pdf>

## **BIBLIOGRAFÍA.**

1. Acerenza, M.A. (1991). *Administración del turismo: conceptualización y organización*. México: Editorial Trillas.
2. Acerenza, M.A. (2007). *Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo*. México: Trillas

3. Acuña, K.F., Irigoyen, J.J., Jiménez, M.Y. & Noriega, J.G. (2012). Educación basada en competencias: consideraciones sobre la percepción del docente. *Revista de Educación y Desarrollo*.
4. Alonso, J. (1992). *Motivación y aprendizaje en el aula: Cómo enseñar a pensar*. Madrid: Aula XXI, Santillana.
5. Alonso, J. & López, G. (1999). Efectos motivacionales de las actividades docentes en función de las motivaciones de los alumnos. En: J.I. P. & C. Monereo (Coords.). *El aprendizaje estratégico: enseñar a aprender desde el currículo*. (pp.35-58). España: Aula XXI, Santillana.
6. Antonijevic, N. & Chadwick, C. (1993). *Estrategias cognitivas y metacognitivas en la educación del futuro*. Caracas: Cinterplan.
7. Ascanio, A. (2005). El espacio turístico en países emergentes: la morada disgregada del hombre. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 3(1), pp.79-86.
8. Ascanio, A. & Vinicius, M. (2009). *Turismo Sustentable: El equilibrio necesario en el siglo XXI*. México: Trillas.
9. Bauman, Z. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
10. Bauman, Z. (2007). *Miedo líquido: la sociedad contemporánea y sus temores*. Barcelona: Paidós.
11. Beltrán, J. (1993). *Procesos, estrategias y técnicas de aprendizaje*. Madrid: Síntesis.
12. Berrio-Otxoa, K., Hernández, J.M. & Martínez, Z. (2002). *Los adolescentes y el Tiempo Libre: Mirando al futuro*. 2001-2002. Universidad del País Vasco.
13. Bocoock, R. (1995). *El consumo*. Madrid: Talasa.
14. Bote, V. (1997). *Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una artesanal*. México: Trillas
15. Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus Alfaguara.

16. Boyd, D. (2008). Why youth's social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In: D. Buckingham (Ed). *Youth, identity, and digital media*. (pp. 119-142). Cambridge,
17. Bullón, R., Molina, S. & Rodríguez, M. (1993). *Un Nuevo Tiempo Libre*. México: Trillas.
18. Castilla, A. & Diaz, J.A. (1986). El ocio en la sociedad postindustrial. *Revista Telos*, No.8.
19. Centro de Investigación y Documentación sobre problemas de la Economía, el Empleo y las Cualificaciones Profesionales- CIDEA. (s.f.). 27 Competencias Profesionales: Enfoques y Modelos a Debate. Cuadernos de trabajo.
20. Cioce, C.A. (2005). El turismo como fenómeno histórico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13(3-4), pp.290-302.
21. Cohen, E. (2005). Principales tendencias en el turismo contemporáneo. *Política y Sociedad*, 42(1).
22. Coles, T., Duval, D.T. & Hall, C.M. (2005). Sobre el turismo y la movilidad en tiempos de movimiento y conjetura posdisciplinar. *Política y Sociedad*, 42(1), pp.85-99.
23. Conde, F. (1996). Crisis de las sociedades nacionales de consumo de masas y nuevas pautas de consumo de drogas. *Revista de Estudios de Juventud*, No. 37, pp.71-84.
24. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. & Wanhill, S. (1997). *Turismo, principios y práctica*. México: Editorial Diana.
25. Córdova, M.D. (1996). La estimulación intelectual en situaciones de aprendizaje. Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias Pedagógicas. Instituto Superior Pedagógico.
26. Correa, R.I. & Oliveira, B. (2004). La gastronomía típica de la Isla de Santa Catarina, Brasil: Su identidad como atractivo para el turismo cultural. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13(1 y 2), pp.89-110.
27. Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del ocio: modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
28. Cuenca, M. (2000). Ocio humanista: Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio. *Documentos de Estudios de Ocio No.16*. Bilbao: Universidad de Deusto.

29. Cuenca, M. (2005). Ocio solidario: La experiencia en grupos de jóvenes y jubilados. *Documentos de Estudios de Ocio, No.29*. Bilbao: Universidad de Deusto.
30. Cuenca, M. (1995). *Temas de pedagogía del ocio*. Bilbao: Universidad de Deusto.
31. Cuenca, M., Aguilar, E. & Ortega, C. (2010). Ocio para innovar. *Documentos de Estudios de Ocio, No.42*. Bilbao: Universidad de Deusto.
32. Cuenca, M., Lazcano, I. & Landabidea, X. (2010). *Sobre ocio creativo: situación actual de las Ferias de Artes Escénicas*. Documentos Estudios de Ocio, 41. Bilbao: Universidad de Deusto.
33. Dachary, A.C. & Arniz, S.M. (2005). Globalización y Turismo: ¿Dos caras de una misma moneda? *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13(3 y 4), pp.303-315.
34. De Azeredo, R. (2003). Turismo e etnicidade. *Horizontes Antropológicos*, No. 20, pp.141-159.
35. De la Cruz, C. (2006). Una lectura ética sobre la incidencia del ocio en nuestra sociedad. En M. Cuenca. (Coord.). *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio*. (pp. 59-81). Documentos de Estudios de Ocio, No.31. Bilbao: Universidad de Deusto.
36. De la Torre, F. (2008). *Sistemas de Transportación Turística*. México: Trillas.
37. De Lima, J.R. (2004). Análisis económico de la demanda del turismo doméstico en Brasil: Aspectos teóricos y comprobaciones. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 13, pp.143-159.
38. Del Río, P. & Álvarez, A. (1994). Ulises vuelve a casa: retornando al espacio del problema en el estudio del desarrollo. *Infancia y Aprendizaje*, No.66, pp.21-45.
39. Del Río, I. & Brandis, D. (1995). Turismo y medio ambiente de las ciudades históricas. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, No.15.
40. Del Valle, R.S.S. (2000). *Políticas de ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación*. Documentos de Estudios de Ocio, 17. Bilbao: Universidad de Deusto.
41. Dewey, J. (1949). *El arte como experiencia*. México: Fondo de cultura económica.

42. Díaz-Barriga, F. & Hernández, G. (1999). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: Una Interpretación constructivista*. México: McGRAW-HILL.
43. Dos Santos, R.J. (2005). Antropología, comunicación y turismo: La mediación cultural en la construcción del espacio turístico de una comunidad de pescadores en Laguna, Sc, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol.14, pp.293-313.
44. Dumazedier, J. (1974). *Sociologie empirique du loisir. Critique et contre-critique de la civilisation du loisir*. París: Editions du le Seuil.
45. Durkheim, E. (1999). *Educación y Sociología*. Argentina: Ediciones Altaya, S.A.
46. Durón, C. (2016). *El Restaurante como Empresa*. México: Trillas.
47. Fernández, L. (1987). *Teoría y Técnica del turismo*. Madrid: Editora Nacional.
48. Getzels, J.W. & Csikszentmihalyi, M. (1969). Aesthetic opinion: an empirical study. *Public Opinion Quarterly*, 33(1), pp.34-45.
49. Giddens, A. (2002). La reconstrucción de la sociedad en un mundo en proceso de cambio. En M. Castells; A. Giddens & A. Touraine. *Teorías para una nueva sociedad*. (pp. 69-92). Santander: Fundación Marcelino Botín.
50. Gil, E. (2005). El envejecimiento de la juventud. *Revista de Estudios de Juventud*, No.71, pp.22-29. Recuperado de:  
[http://www.injuve.es/sites/default/files/revista71\\_1.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/revista71_1.pdf)
51. González, A. (2009). El Turismo desde un enfoque de sociología constructivista. *Teoría y praxis*, Vol.6, pp.107-122.
52. González-Anleo, J.M., López, J.A., Valls, M., Ayuso, L. & González, G. (2010). *Jóvenes Españoles 2010*. España: Ediciones SM-FSM.
53. González, C. (2001). *Principios Básicos de Comunicación*. España: Trillas.
54. González, L. (1971). *La muchedumbre solitaria*. Buenos Aires: Paidós.

55. Gorbeña, S. González, V.J. & Lázaro, Y. (1997). El Derecho al Ocio de las personas con discapacidad. Documentos de Estudios de Ocio, 4. Bilbao: Universidad de Deusto.
56. Gouvea, R. & Hranaiova, J. (2004). Determinación de la importancia de las variables ambientales en la demanda total del turismo en América Latina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*.
57. Harris, M. (1983). *El desarrollo de la teoría antropológica: Una historia de las teorías de la cultura*. Madrid, Siglo XXI.
58. Haulot, A. (1991). *Turismo Social*. México: Trillas.
59. Hernández, C. (2009). *Recepción en la Hotelería*. Trillas
60. Hernández, E.A. (1992). *Planificación Turística, Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
61. Herrán, A.I. (2007). El ocio como derecho fundamental: perspectiva jurídica del ocio a través de los textos legales internacionales. En: E. Aguilar Gutiérrez & Monteagudo, M.J. (Eds.). *La experiencia de ocio a debate, más allá del consumo y la participación: Comunicaciones*. (pp. 57-70). Cuadernos de Estudios de Ocio: Investigación y conocimiento, 4. Bilbao: Universidad de Deusto.
62. Hout, M., Brooks, C. & Manza, J. (1993). The persistence of classes in post-industrial societies. *International sociology*, 8(3), pp.259-277.
63. Howard, P.N., Anderson, K., Busch, L. & Nafus, D. (2009). Sizing up information societies: toward a better metric for the cultures of ICT adoption. *The Information Society*, 25 (3), pp.208-219.
64. Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), pp.39-56.
65. Korstanje, M.E. (2007). Ciencia Hospitalidad: Un nuevo aporte epistémico para comprender el objeto del turismo. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*.
66. Lattin, G.W. (2008). *Administración Moderna de Hoteles y Moteles*. Trillas.

67. Lázaro, Y. (2006). Derecho al ocio. En M. Cuenca. (Coord.). *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio*. (pp. 143-156). Documentos de Estudios de Ocio, 31. Bilbao: Universidad de Deusto.
68. Lazcano, I. & Doistua, J. (Eds.). (2010). *Espacio y experiencia de ocio: consolidación, transformación y virtualidad*. Documentos Estudios de Ocio, 38. Bilbao: Universidad de Deusto.
69. Lin, H. (2008). Body, space and gendered gaming experiences: a cultural geography of homes, cybercafes and dormitories. In: Y.B. Kafai, C. Heeter, J. Denner & J.Y. Sun. (Eds.). *Beyond barbie and mortal kombat: new perspectives on gender and gaming*. (54-67). Cambridge, MA: MIT Press.
70. Livingstone, S. (2008). Learning the lessons of research on youth participation and the internet. *Journal of Youth Studies*, 11(5), pp.561-564.
71. Madariaga, A. (2011). *Los Servicios de Ocio de las Asociaciones de Discapacidad. Análisis de la Realidad y Propuesta de Recorrido hacia la Inclusión*. Cuadernos de Estudios de Ocio, 13. Bilbao: Universidad de Deusto.
72. Madariaga, A., Lazcano, I., Doistua, J. & Lázaro, Y. (2012). La inclusión en ocio: ¿Un elemento de innovación en la sociedad actual? ¿Cómo se puede avanzar? *Revista Siglo Cero*, Vol. 43(1), (formato Cd), No. 241.
73. Madariaga, A., Lazcano, I. & Doistua, J. (2009). Situación del ocio de la juventud con discapacidad en Euskadi. Observatorio vasco de la juventud de Gobierno Vasco e Instituto de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto (inédito).
74. Madariaga A. & Cuenca, J. (Eds.). (2011). *Los valores del ocio: cambio, choque e innovación*. Estudios de Ocio, 43. Bilbao: Universidad de Deusto.
75. Maubert, C. (2001). *Mercadotecnia*. México: Trillas.

76. Menchén, F. (2011). *La Riqueza del Tiempo Libre: Como activar tu creatividad en el tiempo de ocio*. México: Trillas.
77. Molina, S. (1994). *Turismo y Ecología*. México: Trillas.
78. Molina, S., Olivares, D., Rodríguez, S., Gama, G., Márquez, M., Salmon, S. & Santos, V. (2010). *Reflexiones sobre el ocio y el tiempo libre*. México: Trillas.
79. Munch, L. (2018). *Plan de Negocios*. México: Trillas.
80. Muneé, F. (1980). *Psicosociología del tiempo libre: Un enfoque crítico*. México: Trillas.
81. Oraá, J. & Gómez, F. (1997). *La Declaración Universal de los Derechos Humanos: Un breve comentario en su 50 aniversario*. Bilbao: Universidad de Deusto.
82. Pinto, C.M. (2005). Desarrollo turístico en la Isla de Itaparica, Brasil. Análisis del ciclo de vida. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 13, pp.273-289.
83. Pisani, F. & Piotet, D. (2008). *La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
84. Racionero, L. (1983). *Del paro al ocio*. Barcelona: Anagrama.
85. Rifkin, J. (2000). *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.
86. Rocher, G. (1977). *Introducción a la sociología general*. Barcelona: Herder.
87. Roiz, M. (1980). Sociología del tiempo libre y ocio de los trabajadores en España. *Documentación Social*, No. 39.
88. Romano, V. (1980). Ocio y comunicación de masas. *Documentación Social*, No. 39.
89. Salazar, N.B. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*, No. 05, pp.99-128.
90. Schluter, R. (2005). *Investigación en Turismo y Hotelería*. Buenos Aires: Centro de Investigación y Estudios Turísticos (CIET).
91. Setién, M.L. (1996). Ocio y calidad de vida. *Revista Minusval*, No. 103, pp.21-23.

92. Sue, R. (1982). *El ocio*. México: Fondo de Cultura Económica.
93. Tejerina, B. Carbajo, D. & Martínez, M. (2012). El fenómeno de las lonjas juveniles. Nuevos espacios de ocio y sociabilidad en Vitoria-Gasteiz. Informes del CEIC, 004.
94. Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
95. Toledo, G., Álvarez-Valdés, J. & Pollero-Castroman, Á. (2002). Planificación estratégica de empresas de turismo y desarrollo sustentable del sector: propuesta de un modelo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 11(3 y 4).
96. Tovar, R.M. (2010). *Cortesía y Nuevas Formas de Convivencia Social: sugerencias útiles y prácticas para relacionarse con todas las personas*. México: Trillas.
97. Verdú, V. (2005). *Yo y tú, objetos de lujo: el personismo: la primera revolución cultural del siglo XXI*. Barcelona: Debate.
98. Zamorano, F.M. (2002). *Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados*. México: Trillas.
99. Ziperovich, A. (2006). *Turismo y recreación*. México: Trillas.

#### **DATOS DE LA AUTORA.**

**1. Ma. Esther Torres Lucena.** Máster en Desarrollo Turístico y Licenciada en Sociología. Estudia el Doctorado en Ciencias Pedagógicas en el Centro de Estudios para la Calidad Educativa y la Investigación Científica (CECEIC), en Toluca, Estado de México. Es docente de La Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma de Guerrero y de la Unidad 122 de la Universidad Pedagógica Nacional. Correo electrónico: [upn\\_estherlucena@hotmail.com](mailto:upn_estherlucena@hotmail.com)

**RECIBIDO:** 10 de mayo del 2020.

**APROBADO:** 3 de junio del 2020.