

Link de la revista: [UTCJ Theorema Revista Científica Número 11 | Tabla de Contenido](#)

Número 11, Año 5/Octubre 2019

ISSN: 2448-7007 Link del artículo: [N11\\_A04.pdf - Google Drive](#)

Index <https://www.latindex.org/latindex/Solar/Busqueda>

Indice de revistas: <http://www.citrevistas.cl/b2.htm>

# PROPUESTA DE MODELO PARA LA PROYECCIÓN DE IMAGEN ASERTIVA DEL FUTURO PRESTADOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

*Deheny Isabel Torrealba Tinoco<sup>1</sup>, Angelina Gatica Santamaría<sup>2</sup> y Lucía Emilia Abreu Rangel<sup>3</sup>*

<sup>1,2,3</sup> Universidad Tecnológica de Cancún,  
Carretera Cancún-Aeropuerto, Km. 11.5, S.M.  
299, Mz. 5, Lt 1. Cancún, Quintana Roo,  
C.P. 77565.



[dtorrealba@utcancun.edu.mx](mailto:dtorrealba@utcancun.edu.mx)  
[agatica@utcancun.edu.mx](mailto:agatica@utcancun.edu.mx)  
[labreu@utcancun.edu.mx](mailto:labreu@utcancun.edu.mx)

Recibido: **Julio 11, 2019.**

Recibido en forma revisada: **Septiembre 23, 2019.**

Aceptado: **Octubre 11, 2019.**

**Resumen:** La presente propuesta reflexiva resalta la necesidad de fomentar el desarrollo humano de futuros prestadores de servicio mediante un modelo en la proyección de imagen y lenguaje corporal, que permita fortalecer las competencias participativas y personales adquiridas en el ser del profesionalista en turismo.

Las relaciones interpersonales son la esencia del servicio y el profesionalista requiere de una proyección de imagen tanto a nivel personal como a nivel corporativo, por lo anterior la necesidad del uso efectivo de una comunicación verbal y corporal (no verbal) es latente. La comunicación corporal es un factor indispensable que define la percepción de visitantes sobre los servicios recibidos, según Corrales (2011), dominar las reglas del lenguaje no verbal es vital, no sólo para la interacción social sino también para motivar y convencer, pero específicamente para contribuir en el crecimiento personal del prestador de servicios turísticos.

De lo anterior, cabe destacar la necesidad de utilizar ambos tipos de lenguajes y la formación en el aula en este rubro ya que permitirán una mejor oportunidad en la inclusión laboral con una mayor seguridad en el profesionalista. Para el desarrollo metodológico de esta propuesta se ha adaptado el método de Yin (Martínez, 2006), a través del estudio de caso y la recolección de datos de primera mano que permite un cruce de información con la revisión teórica; se ha centrado el caso de estudio en fu-

turos profesionistas de la Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico, de la Universidad Tecnológica de Cancún, y se han detectado elementos de la percepción que tienen sobre la imagen y comunicación, mediante el método de observación estructurada y sondeo.

Por otro lado, se aplicó un instrumento cualitativo llamado AST (análisis de la situación laboral) dirigido al sector laboral turístico del destino, el cual consiste en entrevistas a empleados y empleadores del mundo laboral turístico de Cancún y la Riviera Maya. De esta manera se obtuvieron resultados valiosos que proponen un modelo que favorecerá la proyección de imagen y lenguaje corporal asertivo del futuro prestador de servicios turísticos, egresados y personas interesadas en mejorar sus relaciones interpersonales laborales, en la actividad turística a partir del desarrollo de las competencias sociales que generen confianza en sí mismos, dominio, lenguaje no verbal y la mejora de la imagen corporal.

**+ Palabras clave:** *Competencias participativas, imagen y lenguaje corporal, seguridad en sí mismos.*

**Abstract:** The present reflective proposal highlights the need to promote the human development of future service providers through a model in image projection and body language that allows strengthening the participatory and personal competences acquired by tourism professionals.

Nonverbal communication is an essential factor that defines the perception of visitors about services received; according to Corrales (2011), mastering the rules of nonverbal language is vital not only for social interaction but also to motivate and convince, and specifically, to contribute to the personal growth of the provider of tourist services. It is worth to mention the need to use both types of languages and classroom training in this area as they will allow better opportunities in labor inclusion providing greater self-confidence in the professionals.

This paper methodology was based on a method developed by Yin (Martínez, 2006) adapted through a case study and data collection which have allowed cross-referencing information with the literature review. The case study focused on students of the tourism management and development BA program from the Technological University of Cancun. Elements of the perception that they have on the image and communication were detected through the method of structured observation and sounding. On the other hand, a qualitative instrument called AST (analysis of the employment situation) was applied to the tourist work sector of the destination. The instrument consisted of interviews with employees and employers of the tourist work sector of Cancun and Riviera Maya.

Hence, results obtained propose a model that will favor the image projection and assertive body language of the future provider of tourism services, graduates and people interested in improving their interpersonal relations in the tourist activity, through the development of social competences that generate self-confidence, non-verbal language domain and body image improvement.

**+ Keywords:** *Earthcheck Certification, care of the environment, sustainability.*

## Introducción

La labor de las escuelas superiores de turismo es la preparación de futuros profesionistas para su inserción en el campo laboral; sin embargo, las necesidades exigidas por el sector productivo no se limitan a conocimientos técnicos. En los más de 20 años como docentes se ha tenido la oportunidad de observar que los estudiantes y egresados de diversas universidades, públicas y privadas, muestran diferentes competencias sociales y funcionales que les son favorecedoras y necesarias para su inserción exitosa en el mercado laboral. Igualmente, se ha constatado que, aún con el desarrollo de las competencias sociales en el aula, éstos presentan inseguridad, y aunque tengan competencias funcionales o técnicas en un altísimo nivel, les es más difícil lograr una posición laboral adecuada.

En turismo se exige por su naturaleza el manejo de competencias sociales; estas se hacen indispensables debido a que el sector en México representa un gran escenario, donde la prestación del servicio representa una dosis alta de interrelaciones entre los colaboradores y las relaciones con el cliente. De tal manera que, si el empleado o postulante a una posición dentro de la industria turística presenta debilidad en las llamadas competencias blandas (soft skills), que comprenden las habilidades no técnicas, las que son intangibles en la personalidad y que determinan la fuerza de un individuo como un líder, oyente, negociador y mediador de conflictos, entonces la inserción, permanencia y crecimiento dentro de la empresa, se desarrollará tibia o nulamente (Hawitt en Tito & Serrano, 2006).

En la investigación se pretende identificar qué tan determinante es que un estudiante o egresado de la Universidad Tecnológica de Cancún, propiamente de la División de Turismo, tenga éxito o no en su contratación y permanencia en el mercado laboral, si es consciente de su comunicación no verbal, de la imagen que proyecta y si los utiliza a su favor para generar confianza y ser considerado para ascensos y promociones que le proyecten crecimiento en la empresa. Se ha aplicado en la presente el método deductivo, partiendo del estudio de caso en el que se han obtenido de primera mano la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, encontrando hallazgos que permitirán diseñar una herramienta que favorezca en el desarrollo humano del estudiante.

## Antecedentes

Es menester definir el término competencias y aunque los estudios son vastos se puede reconocer como la combinación de tres elementos: a) una información para aplicar el conocimiento durante la profesión, b) el desarrollo de una habilidad y, c) puestos en acción en una situación inédita (Díaz, A., 2005). Los profesionistas del turismo no siempre han desarrollado habilidades y carecen de la habilidad para resolver situaciones específicas que en determinadas circunstancias son el elemento más valioso por resolver imprevistos y satisfacer necesidades; es en este momento cuando se formula la pregunta ¿los empresarios dan mayor peso a la capacitación específica? ¿Influye en la autoestima del profesionista?

En busca de respuestas, es pertinente conocer los tres modelos de competencias que distingue (Saracho, 2005).

a) Competencias genéricas: hacen hincapié básicamente en los comportamientos y por lo tanto en las habilidades interpersonales, cognitivas y de liderazgo; mientras que sólo incluye algunos conocimientos específicos en escasas ocasiones, y toma la motivación como un aspecto de la persona que soporta los comportamientos, pero no es modificable o desarrollable, por lo que sólo se identifica a modo de dato.

b) Modelo de competencias funcional: se toman en cuenta principalmente los conocimientos técnicos y aplicados, las habilidades específicas o destrezas; mientras que los aspectos actitudinales se tienen en cuenta como soporte de ciertos modos o maneras requeridas para hacer bien el trabajo.

c) Modelo de competencia laboral, se le puede definir como la capacidad real para realizar una actividad laboral.

Mir (2008) define a las competencias transversales como aquellas que “sirven para todas las profesiones”. Son genéricas, comunes a todas las profesiones y se relacionan con la puesta en práctica integrada de aptitudes, rasgos de personalidad, conocimientos y valores adquiridos, recalando que “no dependen de un ámbito temático o disciplinario específico sino que penetran todos los dominios de la actuación profesional y académica”

La Universidad Tecnológica de Cancún es una institución pública que durante 20 años ha contribuido, generación tras generación, con egresados del área turística que están inmersos en el sector productivo favoreciendo a familias, sin embargo al realizar acercamiento con el sector productivo se escuchan necesidades en las nuevas generaciones atribuibles a las competencias metodológicas, para resolución de situaciones ante una problemática y las competencias participativas y personales que requieren la inclusión en equipos de trabajo en los que se requiere comunicación, negociación, manejo de personal, y socialización, para dar resultados en un mundo globalizado. Entonces la incógnita es: se necesitan fortalecer aspectos en el futuro profesionalista que empoderen las competencias del saber estar y saber ser, obteniendo mejores resultados para las empresas, pero sobre todo para el ser humano.

## Justificación

De acuerdo al WEF (Foro Económico Mundial) se analiza el índice de las tendencias de la industria turística, que en 2016 significó un 10.2% del PIB mundial, y generó 292 millones de puestos de trabajo; en otras palabras uno de cada diez empleos en el mundo se encuentran relacionados con la industria de viaje y turismo (Instituto Mexicano para la Competitividad, a través del WEF, 2017), y México se ubicó en el lugar número 22 en el ranking global, lo que significó subir ocho posiciones en comparación con 2015, esto evidencia que el requerimiento del recurso humano será continuo y es menester generar herramientas que fortalezcan el saber estar y saber ser del profesionalista del turismo, que impacte de forma positiva no sólo para el sector productivo sino también para el individuo.

Se ha sido testigo del posicionamiento de la Universidad Tecnológica de Cancún, propiamente en la Licenciatura en Gestión y Desarrollo Turístico, ya que los estudiantes y egresados son preferidos por empresarios del destino, debido al manejo de competencias técnicas o funcionales.

Durante el período de estadías profesionales de los alumnos, los empresarios externalizan la ventaja competitiva con alumnos de otras universidades; pero, una gran desventaja es que los estudiantes proyectan inseguridad traducida en “no se la creen”. Las competencias sociales, desarrolladas en el aula, no se centran en promover la seguridad en sí mismos: esa prestancia, la confianza personal, el carisma, no se desarrolla en aula. Ciertamente, existen dos asignaturas transversales en el nivel TSU, formación sociocultural y expresión oral y escrita, que infieren directamente en estos temas, cuyos contenidos ayudan, en mucho, a desarrollar esas competencias, pero los resultados en el mercado laboral indican que aún quedan elementos como seguridad, prestancia, garbo, comunicación no verbal, e imagen personal por tocar y pulir.

DeSeCo (OECD Program Definition and Selection of Competences, en Mulder; Weigel & Collins) definió las competencias clave necesarias en la vida cotidiana, comunes en todas las culturas (OECD/ DeSeCo/ Rychen, 2003), asimismo, establece que las competencias clave deben cumplir con:

1. Ser valoradas en relación a los objetivos económicos y sociales.
2. Deben producir beneficios en una amplia variedad de contextos incluyendo, entre ellos, el mercado laboral, las relaciones privadas y el compromiso político.
3. Deben ser importantes para todos los individuos, es decir, las competencias no deben estar vinculadas a una ocupación específica.

Es evidente que las tendencias a nivel global en el contexto turístico exigen una competencia integral que favorezca beneficios a los profesionistas al ser valoradas por todos los individuos y en especial cuando son tan valiosas las relaciones interpersonales y la proyección de la imagen observando seguridad, y un lenguaje manejado de forma verbal y no verbal.

## Planteamiento del problema

### *¿Qué tan importante es el sector turístico para el Estado de Quintana Roo?*

Aunque el destino Cancún, ubicado en el Caribe Mexicano, es uno de los más visitados entre los destinos mexicanos, reflejando una afluencia de turismo. El Aeropuerto Internacional de Cancún, operado por Grupo ASUR, atendió a 23 millones 601 mil 509 pasajeros. Lo que representa un crecimiento de 10.2%, con respecto a 2016 (SECTUR, 2016), es pertinente considerar que el elemento clave en la oferta de servicios es la riqueza humana reflejada en el anfitrión.

Asimismo, datos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) registran una afluencia de 3 millones 413 mil 730 visitantes (SEDETUR, 2017). De hecho la tabla 1, confirma la demanda al presentar un panorama de la ocupación hotelera.



tunidad de platicar muy de cerca con los asesores empresariales, quienes han manifestado estar satisfechos con la responsabilidad y compromiso de los practicantes y de la aplicación de sus conocimientos en las actividades encomendadas, pero, agregan un “pero”: “si tuvieran más confianza”, “si se arreglaran mejor”, “si se parara derecho”, “si no tuviera pena”, “si mirara a los ojos”. Son evidentes las áreas de oportunidad demandadas por el sector productivo turístico, la necesidad de enfocarse en aspectos que favorezcan en el desarrollo humano del egresado al obtener confianza en sí mismos, el lenguaje no verbal y la imagen corporal reflejan confianza y seguridad en el prestador del servicio. Se han obtenido datos significativos de carácter cualitativo en los resultados de las AST (análisis situacional del trabajo), que recoge necesidades externadas con un grupo de empresarios que es presentada más adelante en esta investigación.

De tal manera que, el diseño de un taller que favorecerá el desarrollo de esa competencia social, el manejo del lenguaje no verbal, ser conscientes de su imagen corporal, desarrollar la confianza en sí mismos, y plantear un cambio de imagen que cumpla con los protocolos de la actividad turística, es absolutamente necesario. Se reconoce que el modelo de la UT de Cancún se basa en el desarrollo de competencias, competencias que consideran los conocimientos, las habilidades y las actitudes, y los estudiantes las logran, además de que el filtro es fuerte, pues el nivel de exigencia es alto. De tal suerte que, los estudiantes y egresados cuentan con las competencias técnicas o funcionales y las sociales como trabajo en equipo, escucha activa, responsabilidad, compromiso, trabajo bajo presión. Gestionar un recurso extra, que es el trabajo de la propia imagen, no sale sobrando.

## Objetivo general

Desarrollar las competencias sociales y de imagen en los estudiantes de la División Turismo, de la Universidad Tecnológica de Cancún, que les permitan insertarse y moverse en el mundo laboral de manera confiada y asertiva mediante un taller de imagen y lenguaje corporal, que generen la confianza en sí mismos, el dominio del lenguaje no verbal y la mejora de la imagen corporal.

## Marco teórico

Un tema de interés actual y globalizado es la lucha por obtener un sitio en el mundo laboral, pues las carreras relacionadas con turismo son de las más demandadas y el número de egresados supera por mucho el número de puestos vacantes y hace necesario fundamentar la propuesta.

Bisquerra (2012), habla de la competencia social como “la capacidad de mantener buenas relaciones con otras personas”, bajo las siguientes microcompetencias:

- ▶ Habilidades básicas sociales (saludar, dar las gracias, hacer fila).
- ▶ Respeto por los demás (apreciar y aceptar diferencias individuales).
- ▶ Comunicación receptiva (atender y responder con interés).
- ▶ Compartir emociones (ser empáticos).

▶ Ser pro-social y cooperación (realizar acciones en favor de los demás).

▶ Asertividad (comportamiento equilibrado, decidir sin presiones).

▶ Prevenir y solucionar conflictos (identificar, anticiparse y afrontar evaluando riesgos y normas).

Dessler (2003, en Peña, 2005) clasifica a las competencias de la siguiente manera:

Básicas, genéricas y específicas, cuyo rango de generalidad va de lo amplio a lo particular. Las competencias básicas son las capacidades intelectuales indispensables para el aprendizaje de una profesión. En ellas se encuentran las competencias cognitivas, técnicas y metodológicas, muchas de las cuales son adquiridas en los niveles educativos previos (por ejemplo, el uso adecuado de los lenguajes oral, escrito y matemático). Las competencias genéricas son la base común de la profesión y se refieren a las situaciones concretas de la práctica profesional que requieren de respuestas complejas. Por último, las competencias específicas son la base particular del ejercicio profesional y están vinculadas a condiciones específicas de ejecución. Las competencias se pueden desglosar en unidades de competencia, definidas dentro de la integración de saberes teóricos y prácticos que describen acciones específicas a alcanzar, las cuales deben ser identificables en su ejecución.

Ni en la descripción de Bisquerra, ni de Peña, se encuentra, como habilidad, competencia o microcompetencia, la imagen corporal y cómo influye en el comportamiento social-laboral, la seguridad o confianza en sí mismo, o la percepción que la persona tiene de sí misma.

La incorporación de las competencias, primero en el sector productivo, exigió la capacitación de manera continua al personal. La intervención gubernamental desarrolla políticas, que han provocado el impulso de la educación basada en competencias. Teniendo desde “Sistemas de certificación de competencia laboral”, hasta centros especializados, como la educación tecnológica. En este momento, el mundo laboral no es ajeno al reclutamiento, contratación y permanencia basado en competencias.

Moreno (2004, citado en García; Loredó; Luna & Rueda, 2008) señala que lograr cierto nivel de calidad en un tipo de desempeño puede designarse también como haber alcanzado determinado nivel de competencia para una tarea o grupo de tareas específicas. La competencia, por lo tanto, hace referencia al dominio de una práctica, sustentado por el desarrollo de alguna o algunas habilidades. Una habilidad evoluciona alcanzando diversos grados en su tendencia hacia lo óptimo, puede hablarse de que la evidencia de su desarrollo es el logro de niveles de competencia cada vez mayores, hasta llegar, en el mejor de los casos, al nivel de destreza, entendida no como mera actuación aceptable de carácter técnico o de coordinación neuromuscular.

Las destrezas son conceptualizadas como aquellas habilidades que la persona ha desarrollado con un alto nivel de eficiencia. La aptitud ocurre cuando la persona va teniendo diferentes experiencias de aprendizaje, tanto en su entorno familiar y social, como en la educación formal; dicho movimiento permite que lo que sólo estaba presente como potencial natural vaya evolucionando, y como consecuencia de tal evolución, se vaya desarrollando habilidad en alguno de los ámbitos posibles, misma que se



evidencia en desempeños que pueden ir teniendo cada vez un mayor nivel de calidad.

Para concluir, se retoman las palabras de Larena (2017) quien señala:

“Las competencias personales y habilidades sociales en el concepto actual de empleabilidad son indiscutibles. Son estas características y atributos lo que nos diferencian de los demás y representan una ventaja comparativa al momento de conseguir o mantener un empleo”. Las habilidades sociales constituyen capacidades o destrezas que las personas tenemos para relacionarnos con los demás y nuestro entorno. Están formadas por ideas, sentimientos, creencias y valores que son fruto del aprendizaje y de la experiencia de cada uno de nosotros, por lo que se adquieren a lo largo de la vida. Su importancia en la vida cotidiana es fundamental y permite ser socialmente competentes y activos con el mundo laboral.

De esta manera, se desprende que las competencias o habilidades personales o sociales son determinantes para acceder a un puesto laboral y permanecer en él.

## Metodología

### Modelo metodológico

Para el desarrollo metodológico de la presente investigación se ha direccionado a través del método deductivo, adaptado al propuesto por Yin (Martínez, 2006) al estudio de caso focalizado en una población representativa de 28 alumnos de la licenciatura de gestión de diseño turístico, a través de diferentes fuentes de recolección de datos que permita el cruce de información de las diferentes directrices, la utilización de datos de fuente primaria representan elementos cualitativos y cuantitativos que generaron hallazgos significativos para la toma de decisiones en referencia a la investigación. A continuación, se presenta la ruta metodológica:



Figura 1. Ruta metodológica, estudio de caso: grupo de futuros profesionistas en Licenciatura de Gestión de Desarrollo Turístico. Elaboración a partir de Yin en Martínez (2006).

### Sondeo

Se diseñó una herramienta de carácter cuantitativo llamada sondeo, su aplicación ha sido dirigida a un grupo de 28 jóvenes estudiantes y futuros profesionistas de la Licenciatura en Gestión de Desarrollo Turístico, de la Universidad Tecnológica de Cancún, con el propósito de detectar elementos de percepción sobre su proyección de imagen y comunicación, rescatando el nivel de conocimiento sobre el manejo de comunicación no verbal y si dan importancia a la misma, como complemento al instrumento se ha aplicado la técnica de observación estructurada, que permitió diagnosticar la importancia de contar con habilidades personales y sociales para su aplicación en el desarrollo profesional. (Tabla 3).

#### Características de la herramienta: Sondeo

Objetivo: identificar la percepción que tiene el estudiante de LGDT sobre la necesidad de contar con competencias personales que le permita una proyección de imagen y manejo de la comunicación corporal, favoreciendo su desarrollo profesional y la toma de decisiones asertivas en el sector productivo.

Número de reactivos	Diez reactivos con preguntas cerradas
Tipo de preguntas	El cuestionario consta de diez preguntas, de las cuales seis son de opción múltiple y cuatro dicotómicas.
Tipo de aplicación	La aplicación fue realizada a través de una plataforma electrónica, se envió el link y de forma individual los estudiantes respondieron.
Análisis de Resultados	<p><b>Hallazgos:</b></p> <p>El 41.18 % atribuyen la falta de liderazgo a la inseguridad, al manejar un lenguaje verbal y no verbal.</p> <p>De acuerdo a las evaluaciones de estadías el nivel de proyección de imagen corporal en el profesionista los resultados tienen un resultado suficiente, 47%, sólo un 5.88 es evaluado como destacado.</p> <p>Para el 37.50% es latente la inseguridad al iniciar una plática con un cliente durante estadías, ya que desconocen el protocolo del servicio al cliente.</p> <p>Los jóvenes, próximos a egresar, dan la siguiente ponderación a lo que a ellos constituye el lenguaje corporal :</p> <p>Gestos, miradas, movimiento, postura. 88.24%.</p> <p>La vestimenta y la combinación de colores. 5.88%.</p> <p>El tono, ritmo, timbre y velocidad de la voz, no dan un importancia, nula 0%.</p> <p>Movimiento, la kinesiología y la proxemia. 5.88%.</p>

Tabla 2. Ficha sondeo: Población: 28 alumnos de Universidad Tecnológica de Cancún en estadía.

## Análisis de la situación del trabajo

El análisis de la situación del trabajo es un ejercicio de carácter cualitativo, en donde se convocó a un grupo de empresarios para dialogar sobre las competencias pertinentes en el estudiante de LGDT, de la UT de Cancún. El grupo focalizado estructurado permitió dar seguimiento, a través de una orden del día, en donde se contó con observadores para facilitar la detección de hallazgos.

**Objetivo del AST.** Identificar, con base en la experiencia de los participantes, aquellos conocimientos, habilidades, actitudes y valores que un egresado de TSU Hotelería y de LGDT requiere para su desarrollo profesional en el sector, con el propósito de contribuir continuamente en la formación del recurso humano, a través de los egresados en función a los requerimientos específicos que demanda el ramo empresarial y contribuir de forma específica con un perfil de egreso idóneo en el estudiante.

AST Análisis de situación del trabajo.	Grupo focalizado con la participación de siete empresarios participantes y ocho observadores por parte de la UT de Cancún. El ejercicio constó de un análisis de competencias requeridas en el estudiante de TSU, LGDT (Anexo 2).
Duración de la reunión.	Tres horas.
Resultados sobre las necesidades de gestión y dirección.	<p>Se requieren jóvenes autosuficientes; además, es requisito indispensable el manejo de un idioma extranjero, con conocimientos administrativos, permitiendo en el egresado dar opiniones con un pensamiento crítico y con seguridad en la toma de decisiones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Enfoque directivo y gestión.</li> <li>* Habilidades.</li> <li>* Pensamiento crítico, aplicar los conocimientos.</li> <li>* Desarrollo social, que se involucren. Inteligencia emocional.</li> <li>* Creatividad e innovación ya que un joven viene fresco.</li> <li>* Seguridad: preguntar los límites para aportar.</li> <li>* Conocimiento de culturas.</li> <li>* Calidad en el servicio.</li> </ul>

Tabla 3. AST. Resultados preliminares.

## Resultados

Se obtuvieron resultados valiosos que propone un modelo que favorecerá la proyección de imagen y lenguaje corporal asertivo del futuro prestador de servicios turísticos y que busca la divulgación entre estudiantes (Tabla 3).

SONDEO	
Necesidades de empresarios	Propuesta
Liderazgo y acciones propositivas.	Diseñar un taller que permita:
Organizados, toma de decisiones.	Fase 1. Identificar a través de la tutoría la necesidad de trabajar en el autoestima del futuro profesionista.
Trabajo en equipo.	Fase 2. Crear líderes a partir del reconocimiento de la comunicación verbal y no verbal.
Habilidades sociales.	Fase 3. Proyección de imagen personal y profesional.
Identificar su estilo de liderazgo, reconocimiento de habilidades, cualidades, fortalezas, y puntos de debilidad.	Fase 4. Conocimiento del protocolo en el turismo y reglas de oro.
Saber que no se necesita tener un grupo de subordinados para ser líderes.	Fase 5. Valores y orgullo de su institución ya que es el respaldo a su formación.
Confianza en sí mismo.	
Resolución de conflictos.	

Tabla 4. Sondeo-AST-Propuesta de modelo.

## Conclusiones

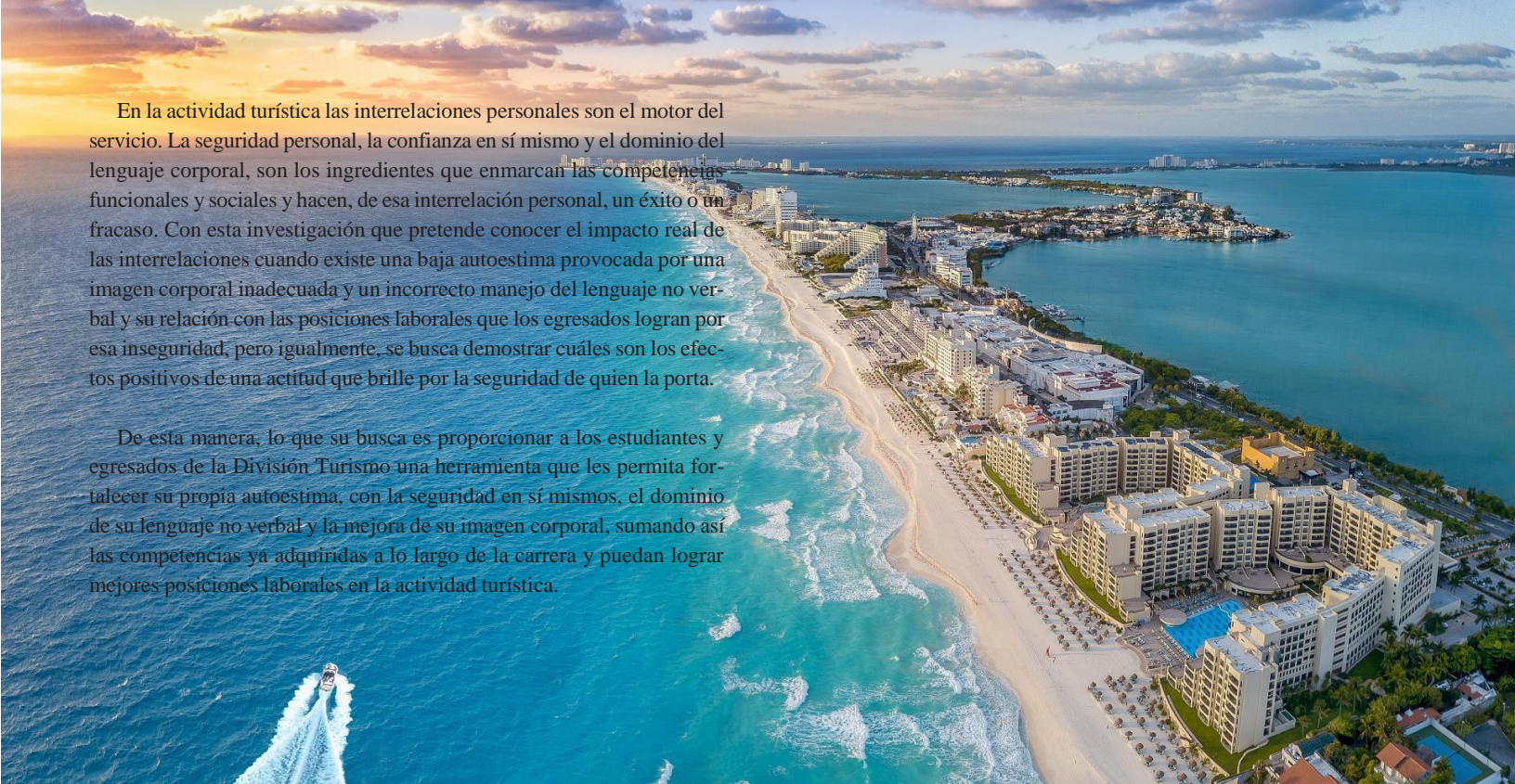
La Universidad Tecnológica de Cancún oferta un modelo basado en competencias donde se focaliza en el saber representando los conocimientos adquiridos en el aula, el aseguramiento de la aplicación de estos conocimientos a través del saber hacer y el ser que implica el manejo de valores que constituyen al bien vivir en sociedad, de esta manera se maneja un concepto integral del modelo como el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, que se adquieren mediante procesos sistemáticos de aprendizaje; posibilitando en el marco del campo profesional elegido, abordar problemáticas específicas, manejando procedimientos y métodos para operar eficazmente ante los requerimientos que se planteen. Como se planteó en el protocolo, los estudiantes y egresados de la División Turismo, de la Universidad Tecnológica de Cancún, poseen competencias de gran valía, las funcionales y sociales han sido desarrolladas de manera correcta y avaladas por la acreditación de cada una de sus asignaturas. El modelo es en sí la garantía. Sin embargo, la seguridad y confianza que cada uno tiene de sí mismo es diferente. Los factores son muchos. Va desde el nivel socioeconómico del que provienen, su entorno cultural, la subcultura a la que pertenecen, los grupos de referencia y los mismos estereotipos. Ciertamente, se tienen estudiantes que poseen una gran prestancia, ya sea innata o adquirida, que, con el

desarrollo de las competencias aprendidas en el transcurso de la carrera, los hacen brillantes. Pero, lamentablemente no es la mayoría.



En la actividad turística las interrelaciones personales son el motor del servicio. La seguridad personal, la confianza en sí mismo y el dominio del lenguaje corporal, son los ingredientes que enmarcan las competencias funcionales y sociales y hacen, de esa interrelación personal, un éxito o un fracaso. Con esta investigación que pretende conocer el impacto real de las interrelaciones cuando existe una baja autoestima provocada por una imagen corporal inadecuada y un incorrecto manejo del lenguaje no verbal y su relación con las posiciones laborales que los egresados logran por esa inseguridad, pero igualmente, se busca demostrar cuáles son los efectos positivos de una actitud que brille por la seguridad de quien la porta.

De esta manera, lo que se busca es proporcionar a los estudiantes y egresados de la División Turismo una herramienta que les permita fortalecer su propia autoestima, con la seguridad en sí mismos, el dominio de su lenguaje no verbal y la mejora de su imagen corporal, sumando así las competencias ya adquiridas a lo largo de la carrera y puedan lograr mejores posiciones laborales en la actividad turística.



## Bibliografía

+ Bisquerra (2012). *Orientación, tutoría y educación emocional*. Madrid: España: Síntesis.

Corrales, E. (2011) *El lenguaje no verbal: un proceso cognitivo superior indispensable para el ser humano*. En *Revista comunicación*. v. 20, núm. 1, enero-junio, 2011. p. 46-51. San José de Costa Rica.

+ Díaz, A. (2005). *El enfoque de competencias en la educación : ¿una alternativa o un disfraz de cambio?* En *Perfiles educativos*. v. XXVIII, núm. 111, p. 7-36.

+ DATATUR (2016). *Panorama mundial de turismo*. Secretaría de Turismo.

Recuperado: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/TurismoEnMexico.pdf>

+ *Factor humano en formación: ¿qué son las soft skills?* (s.f.). Recuperado de <https://factorhumanoformacion.com/que-son-las-soft-skills/>

+ García, B. ; Loredo, J. ; Luna, E. ; & Rueda, M. (2008). *Modelo de evaluación de competencias docentes para educación media y superior*. En *Revista iberoamericana de evaluación educativa*. 2008, Vol. 1, Num. 3. <https://revistas.uam.es/index.php/rie/article/viewFi>

le/4658/5095. ISSN: 1989-0397

+ González, J. (2013). *Las competencias desde una mirada transdisciplinar*. Recuperado en <http://www.ri.uson.mx/revistas/articulos/1-1-art1.pdf>

+ IMCO Instituto Mexicano para la Competitividad, a través de WEF (2017). *Reporte de competitividad en viajes y turismo 2017* vía WEF. Rrecuperado de <https://imco.org.mx/competitividad/reportes-de-competitividad-en-viajes-y-turismo-2017-via-wef/>

+ Larena (s.f.). *Habilidades sociales en el mundo laboral*. Recuperado el 25 de febrero de 2017 de <http://www.udec.cl/exestudiantes/node/2198>.

+ Martínez, C. (2006). *El método de estudio de caso, estrategia metodológica de la investigación científica*. Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.

+ *Pensamiento & gestión*, núm. 20 (p. 165-193). Mulder, M.; Weigel, T. & Collings, K. (2008). *El concepto de competencia en el desarrollo de la educación y formación profesional en algunos Estados miembros de la UE: un análisis crítico*. En *Journal of vocational education & training*. 59 (1), 67-88. Traducción de Elisabet

Cortés Harlet. Revisión técnica : Fidel Grande.

+ Mir, A. (2007). *Las competencias transversales en la Universidad Pompeu Fabra: la visión de los docentes y estudiantes de segundo ciclo*. En *Red U. revista de docencia universitaria*. Núm. monográfico; I. Recuperado de [http://www.redu.um.es/Red\\_U/mI](http://www.redu.um.es/Red_U/mI).

+ Peña, S. (2005). *Modelo de selección de personal en base a perfil de competencias*. Recuperado el 25 de febrero de 2017 de <http://eprints.uanl.mx/12433/1/A9.pdf>

+ Saracho, J. (2005). *Un modelo general de gestión por competencias*. Madrid, España : Rill Editores.

+ SEDETUR, Secretaría de Turismo del Estado (2017). *Reporte Anual de Turismo de Quintana Roo*. Recuperado: <http://caribemexicano.travel/ARCHIVOS/REPORTE%20TURISMO%202017.pdf>.

+ Tito, M. D. & Serrano, B. (2016). *Desarrollo de soft skills una alternativa a la escasez de talento humano*. En *INNOVA research journal*, 2016, v. 1, No. 12, 59-76. ISSN 2477-9024.