

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING EN LA CARRERA DE TÉCNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL IPN

Gloria Rodríguez Morúa

IPN

gloriarm7@yahoo.com.mx

María Eugenia Hernández Gómez

IPN

maruhg37@hotmail.com

Lyonna Magdalena Guzmán Gutiérrez

IPN

lyonni88@hotmail.com

RESUMEN

En la presente ponencia se relatará el acompañamiento que se realizó con los alumnos de la carrera Técnico en Administración de Empresas Turísticas en el CECyT 13 del Nivel Medio Superior (NMS) del Instituto Politécnico Nacional (IPN) en su proyecto de final titulación, el cual fue la creación de un producto y elaborar un plan de marketing para incorporarlo a la industria turística. Este proyecto cumple con lo establecido en el modelo educativo de la institución en donde se tiene como finalidad desarrollar competencias en los estudiantes y una de ellas es: desarrollar innovaciones y proponer soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

Palabras clave: Alumnos, Turismo, NMS, IPN, Plan de marketing, Proyecto.

Según el Plan Desarrollo Institucional 2015-2018 del Instituto Politécnico Nacional (IPN, 2016), su misión es contribuir al desarrollo económico y social de la nación, por medio de la formación integral de personas competentes; de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, y de lograr el reconocimiento internacional por su calidad en la enseñanza y su efecto en la sociedad, y su visión es ser una institución educativa incluyente, de prestigio internacional.

El Instituto Politécnico Nacional realizó, en el año 2008, reformas en su modelo educativo y se diseñaron programas para trabajar en el Nivel Medio Superior a partir de un enfoque por competencias. Se propuso cambiar la manera de trabajar en el aula, de un enfoque tradicional de enseñanza, en donde el docente transmite conocimientos y da una cátedra, a un modelo de aprendizaje centrado en el estudiante, con el objetivo de desarrollar su autonomía en el aprendizaje y encaminarlo a potenciar sus capacidades, más que dar una gran cantidad de contenidos.

Las competencias que se pretenden desarrollar en los jóvenes del IPN, describen básicamente conocimientos, habilidades, actitudes y valores, que se despliegan y movilizan desde los distintos saberes: ser, hacer, conocer y convivir. Estas competencias son genéricas y disciplinares (SEMS, SEP, 2008).

Las principales características de las competencias genéricas es que son clave, transversales y transferibles. Son clave en el sentido en que son aplicables a diversos contextos, tanto personales como sociales, académicos y laborales en un sentido amplio. Son relevantes a lo largo de la vida académica. Son transversales porque son esenciales para todas las disciplinas académicas, así como extracurriculares para procesos escolares de apoyo a los estudiantes. Y son transferibles porque refuerzan la capacidad de adquirir otras competencias.

Perrenaud (2000) define el concepto de competencias como la capacidad que tiene la persona para movilizar todos sus recursos cognitivos para solucionar un problema o situación. Cuando se trabaja desde la perspectiva de un enfoque por competencias, la educación está centrada en el estudiante y no en el docente. Su objetivo es desarrollar en el alumno un aprendizaje autónomo, además de proporcionarle al joven los recursos necesarios para que se apropie del conocimiento, realizar el aprendizaje significativo. El trabajo por proyectos y por problemas, permite motivar a los alumnos, pues al solicitarles la realización de tareas complejas, se desarrollan y se complementan sus habilidades (Perrenaud, 2000)

En un trabajo por competencias la función del docente es crear ambientes de aprendizaje en vez de cubrir contenidos, esto es para que el joven tome control de su aprendizaje. Los contenidos que se utilicen en el aula son seleccionados de manera que estimulen al estudiante para que busque información, la analice, la incorpore a su acervo intelectual y la evalúe.

Para desarrollar las competencias en el aula, los docentes implementarán el trabajar básicamente por problemas o por proyectos, pues en estos modelos se proponen tareas complejas a desarrollar. El profesor propondrá retos a los jóvenes, que los motiven a movilizar todos sus recursos, y de cierta manera hasta completarlos, se supone cambiar de paradigma, es decir, convertirse en un docente activo y dejar de lado la ponencia magistral en donde la enseñanza está centrada en el docente, en donde lo principal es la disciplina y no el aprendizaje.

En el Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No.13 Ricardo Flores Magón (CECyT 13) se oferta la carrera de Técnico en Administración de Empresas Turísticas y se tiene como objetivo formar técnicos altamente competentes y competitivos con una actitud de servicio, poseedores de valores cívicos y éticos, que estén comprometidos con su trabajo interactuando con profesionalismo en la actividad turística nacional e internacional (IPN-NMS, 2018)

Las competencias que se precisa desarrollar en los estudiantes al egresar de esta carrera son las siguientes: genéricas, disciplinares y profesionales. Las competencias genéricas son las siguientes:

- Se conoce y valora a sí mismo y aborda problemas y retos teniendo en cuenta los objetivos que persigue.
- Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
- Desarrolla innovaciones y propone soluciones a partir de métodos establecidos.
- Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.

Las competencias disciplinares que se desarrollar al finalizar la carrera son:

- Identifica el conocimientos social y humanista como una construcción constante y de transformación.

- Valora las diferencias sociales, políticas, económicas, étnicas, culturales de género y las desigualdades que inducen.
- Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.
- Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

Finalmente, las competencias profesionales que se esperan desarrollen son:

- Aplica los procedimientos de atención y servicio a huéspedes y clientes en la operación de hoteles y restaurantes siguiendo los estándares de calidad.
- Maneja las cuatro habilidades del idioma inglés, logrando la comunicación requerida en el sector turístico.
- Maneja los atractivos turísticos nacionales e internacionales para su promoción respondiendo ágil y efectiva a cualquier solicitud relacionada con la actividad turística.
- Desarrolla los procedimientos para la organización de eventos sociales, académicos o empresariales, siguiendo los pasos del proceso administrativo.

El Instituto Politécnico Nacional, instituyó en su modelo educativo el aprendizaje por proyectos, y a esta metodología la denominó Proyecto Aula (IPN, 2012) Es una estrategia que funciona como un mecanismo de gestión para implementar el enfoque por competencias, el cual establece que para el desarrollo de estas es fundamental crear ambientes de aprendizaje que permitan al estudiante solucionar problemas reales.

El Proyecto Aula (IPN, 2012) es una estrategia didáctica que permite incorporar los aprendizajes de las asignaturas de un semestre a la solución de un problema en algún contexto propio de los alumnos, para que éste sea de su interés, a partir de la realización de un proyecto específico, en el que aplicarán a través de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje diversas estrategias didácticas que les permitirán no sólo adquirir conocimientos, sino también habilidades, destrezas y asumir actitudes positivas (IPN, 2012).

Para la realización del Proyecto Aula, las unidades de aprendizaje están interrelacionadas de tal manera que todos los docentes participan en la planeación y la implementación del proyecto, cada uno con actividades y estrategias diseñadas para alcanzar los objetivos propuestos al realizarse la planeación del Proyecto, de acuerdo con los contenidos o competencias disciplinares de la unidad de aprendizaje.

Asimismo, se involucra al estudiante en procesos de inducción, deducción, conjetura, investigación, experimentación, planteamiento de problemas, construcción de alternativas de solución, así como en la evaluación de su propio proceso de aprendizaje.

Para el último semestre de la carrera los jóvenes desarrollaron su proyecto aula con la elaboración de un producto innovador y que solucione una problemática social, para promoverlo desarrollaron un plan de marketing para incorporarlo a la industria turística con la intención de motivarlos a aprender y que se comprometían activamente a hacer cosas en lugar de únicamente aprender sobre algo.

Como inicio para involucrar a los alumnos en la dinámica grupal se les planteó cuál es la problemática que les preocupaba de su país, y cómo lo pretendían solucionar. Esto era con la intención de desarrollar habilidades mentales de orden superior, razonamiento, análisis y síntesis.

Las problemáticas que plantearon los estudiantes fueron diversas: obesidad, diabetes, poca venta de productos nacionales, alimentación saludable, entre otros. Pero indudablemente la mayoría de

los alumnos se preocupó por la obesidad. Pues argumentaron que México ocupa uno de los primeros lugares en obesidad en el mundo. De ahí se les planteó las preguntas ¿Cómo solucionarán esa problemática? ¿Qué pueden aportar ustedes desde el lugar donde estamos a nuestra sociedad? ¿Qué alternativa proponen? ¿Podrían crear un producto para solucionar esa problemática?

En el grupo se formaron equipos y cada uno de ellos planteó una propuesta para solucionar la problemática de la obesidad, algunos dijeron que realizarían comida saludable sin gluten, otros postres y algunos más, dulces. La propuesta fue diferente en cada uno de los integrantes del grupo. A continuación, se relatará una de las opciones que se presentaron.

Uno de los equipos planteó realizar un “Cupcake de moringa” el cual, argumentaron, ofrecerá una opción más nutritiva y saludable a las personas a la hora de comer postre, ya que es muy común que en situaciones donde se decide comer nutritivamente, no tienen opciones, pues todos los alimentos tienen alimentos que afectan la salud: grasa, azúcar y gluten. ¿Y por qué la moringa? Se les preguntó. Señalaron que investigaron este ingrediente y comentaron que es un producto natural que tiene diversas propiedades para la salud, debido a que tiene vitaminas, minerales, aminoácidos esenciales. Y de una manera muy entusiasta realizaron el producto.

El objetivo es que ellos se realizaran preguntas para que pudieran llegar a la solución de la problemática que se plantearon, y reflexionaran de forma grupal e individualmente sobre lo que harían y cómo lo harían, algunas de los cuestionamientos que se realizaron fueron los siguientes:

- ¿Cómo introducir en el mercado turístico una alternativa de postre nutritivo que complementa una alimentación saludable en México?
- ¿Cómo impactaría dicho producto a los consumidores tanto en su alimentación como en su vida cotidiana?
- ¿La creación o elaboración de Cupcake Moringa qué problema soluciona en la sociedad de la ciudad de México?
- ¿Qué beneficios aporta dicho producto innovador?
- ¿Cómo impactaría el producto en el mercado?
- ¿Qué factores influyen para establecer un precio equilibrado que esté al alcance de todos los consumidores?
- ¿Cuáles son las estrategias de publicidad que se establecen para una mayor promoción del producto?

Estas preguntas fueron una guía para la realización de su producto.

Pero el objetivo final de la unidad de aprendizaje de comercialización turística es no tan solo hacer el producto sino realizar el plan de marketing para incorporarlo a la industria turística. Y aquí es donde intervinieron todas las unidades de aprendizaje del último semestre de la carrera de turismo del CECyT 13 para lograr este objetivo.

Lo anterior se puede corroborar en la conclusión que presentaron en el trabajo final el equipo que realizó el producto “Moringa cake”

“En cuanto a nuestra experiencia se destaca la organización entre profesores y el equipo de investigación, así como los aprendizajes que deja, como por ejemplo el poner en práctica conocimientos adquiridos en todas las unidades de aprendizaje tal es el caso de la determinación de las estrategias de publicidad y promoción, la determinación del costo y la elaboración del producto, así como el diseño de este. Por consiguiente, se encuentra la responsabilidad, el compromiso y la dedicación que se tuvo para lograr la investigación. Por esta misma razón el trabajo en equipo fue

una pieza clave durante la investigación puesto que esta requiere de una buena planeación, organización y participación para llegar al objetivo deseado” (Arredondo et al, 2018)

Finalmente, se puede concluir que al trabajar este producto y realizar este plan de marketing los alumnos tuvieron un mejor desempeño, no sólo en el ámbito académico sino también en el social, al vincular el aprendizaje con la realidad, mejoraron su desenvolvimiento en el ámbito de la investigación, pues desarrollaron habilidades para trabajar de manera colaborativa, aprendieron a resolver problemas de la vida cotidiana a partir de sus aprendizajes, y tuvieron oportunidad de trabajar a su propio tiempo y ritmo, objetivo del modelo educativo del IPN.

REFERENCIAS

Arredondo, M., Bautista, A., Camacho, A., Cruz, D., Esquivel, V., López, G., Prado, M., Ríos, A., Núñez, E. y Villalobos, A. (2018) Desarrollo de un plan de marketing de un producto alimenticio para incorporarlo en la industria turística. Trabajo final en comercialización turística. Sin publicar.

Instituto Politécnico Nacional (IPN) (2012). Informe de labores de Yoloxóchitl Bustamante. *Gaceta Politécnica*, 945(14), 4-22.

Instituto Politécnico Nacional (2015). Programa de Desarrollo Institucional 2015-2018. Recuperado de: <http://www.ipn.mx/DG/Documents/PDI-2015-2018.pdf>.

Instituto Politécnico Nacional (IPN) (2017). Historia del IPN. Recuperado de: <http://www.poi.ipn.mx/Conocenos/Paginas/Historia.aspx>.

Instituto Politécnico Nacional (IPN) (2012). Proyecto aula. *Folleto informativo de la Dirección Educación Media Superior*

IPN-NMA (2018) Mapa curricular de la carrera de técnico en administración de empresas recuperado de <http://www.ipn.mx/mediasuperior/Paginas/Tec-Adm-Emp-Tur.aspx>

Perrenaud, P. (2000). *Diez nuevas competencias para enseñar*. Porto Alegre: Arned.

Ríos Cabrera, P. (2004). *La aventura de aprender*. Caracas: Cognitus.

SEMS-SEP (2008) *Reforma integral de la Educación Media Superior en México: La Creación de un Sistema Nacional de Bachillerato en un marco de diversidad*. México: Secretaría de Educación Pública, Subsecretaría de Educación Media Superior.