

## COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL TURISMO: UN ANÁLISIS DE SU ADECUACIÓN A LA DEMANDA LABORAL

Milton Carlos Berzunza Criollo  
Universidad de Oriente (UNO)  
Valladolid, Yucatán, México  
milton.berzunza@uno.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0001-6523-9168>

André Israel Tuz Poot  
Universidad de Oriente (UNO)  
Valladolid, Yucatán, México  
andreisrael1009@gmail.com  
<https://orcid.org/0009-0000-0493-2401>

**Autor para correspondencia:** [milton.berzunza@uno.edu.mx](mailto:milton.berzunza@uno.edu.mx)

**Recibido:** 01/04/2025

**Aceptado:** 10/11/2025

**Publicado:** 15/01/2026

### RESUMEN

La evolución del turismo a nivel mundial exige que sus profesionistas respondan a las necesidades actuales, por lo que su atención es deseable que inicie desde la formación profesional, exigiendo la adquisición de competencias profesionales, transversales y habilidades blandas. El presente artículo tiene como objetivo identificar las competencias profesionales prioritarias para la formación de estudiantes de profesionales del turismo según el sector empleador regional y fue desarrollado en el contexto de Valladolid, Yucatán, México, zona turística, en cuya oferta académica se encuentran programas sobre turismo; tiene una orientación cualitativa y se utilizaron entrevistas estructuradas que se hicieron a empleadores de la región, en la que se encuentra la Universidad de Oriente. Se encontró que además de los conocimientos de la profesión, se requiere que los estudiantes hablen otra lengua, preferentemente el inglés y desarrollen principalmente competencias digitales, empatía, proactividad y demás habilidades blandas.

**Palabras clave:** Habilidad, profesional, turismo, competencias blandas, empleabilidad.

## TOURISM PROFESSIONAL COMPETENCIES: AN ANALYSIS OF THEIR ALIGNMENT WITH LABOR MARKET DEMANDS

### ABSTRACT

The evolution of tourism at a global level demands that its professionals respond to current needs, making it desirable for this attention to begin during professional training, requiring the acquisition of professional, transversal, and soft skills. The aim of this article is to identify the priority professional competencies for the training of tourism students according to the regional employer sector. The study was conducted in Valladolid, Yucatán, Mexico, a tourist area that offers academic programs related to tourism. It follows a qualitative approach and involved structured interviews with employers from the region, where the University of Oriente is located. The findings indicate that, in addition to professional knowledge, students are expected to speak another language—preferably English—and to develop digital skills, empathy, proactivity, and other soft skills.

**Keywords:** Skill, professional, tourism, soft skills, employability.

### 1. INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo el turismo se ha consolidado como un motor esencial para el desarrollo económico de numerosas localidades, actuando como un catalizador de crecimiento económico, generador de empleos y desarrollo de beneficios para la mejora en la calidad de vida de las comunidades receptoras. Su contribución en la economía se manifiesta en el incremento del Producto Interno Bruto (PIB). Por ejemplo; en México, según el INEGI (2024) este factor representó directamente el 8.6% del PIB en el año 2023, teniendo una de las participaciones más altas entre los países miembros de la OCDE y el doble del promedio de dicha organización (Ruiz y Del Rivero, 2019).

Se considera al turismo como un pilar fundamental de la economía, que enfatiza al desarrollo sustentable de un sector social con objetivo de maximizar sus beneficios, de donde se requiere una planificación estratégica formada por

profesionales adentrados en la práctica de dicha área para el desarrollo socioeconómico y cultural que lo rodea, destacando algunos factores como la digitalización y la personalización del personal encargado han transformado las competencias y habilidades requeridas dentro del sector turístico.

Asimismo, de acuerdo con Goodwin (2016), las empresas turísticas deben de capacitar a sus empleados en prácticas adecuadas y sostenibles, incluyendo el uso eficiente de los recursos, así como el fomento del turismo responsable, de aquí la importancia de la pregunta de investigación de este artículo ¿Cuáles son las competencias profesionales que se solicitan en el campo laboral?

En cuanto a la formación profesional, el perfil de los egresados dentro de la rama del desarrollo turístico podría resumirse en la obtención de los conocimientos sólidos enfatizados dentro de dicho sector, comprendiendo los fundamentos de la industria, las tendencias actuales, las políticas y regulaciones, así como las estrategias de desarrollo y promoción en proyectos de la misma índole. Sin embargo, como se ha mencionado previamente; los cambios dinámicos que se surgen como parte de las nuevas necesidades del turismo conducen a la valoración de competencias necesarias requeridas y dadas dentro de la formación profesional de dicha área. El objetivo central de este artículo es identificar las competencias profesionales prioritarias para la formación de estudiantes de profesionales del turismo según el sector empleador regional.

### **Tendencias actuales en el sector turístico.**

Dentro del contexto actual, el turismo requiere de una combinación de competencias técnicas y habilidades interpersonales que ayuden a responder a las demandas del mercado globalizado. Muchas de las competencias actuales se han ajustado debido a las necesidades presentes en los distintos sectores regionales en conjunto con la constante actualización de los medios de trabajo.

Lo anterior pone en escena el desarrollo profesional que deben de mantener los egresados asociados con esta rama laboral, puesto que desempeña un papel fundamental dentro de la planificación, desarrollo y gestión de las actividades turísticas. Esto implica una colaboración con agentes afines e interesados en garantizar el crecimiento sostenible de un fin (Cejás *et al.*, 2022).

Hay que entender que el turismo ha tenido muchos efectos gracias a la globalización y estos han sido directos e indirectos, uno de ellos es la expansión del turismo internacional logrando esto por los nuevos destinos turísticos y los mercados nuevos que han surgido, así como la comercialización o el *marketing* en general (Tirado, 2015).

La globalización en ha conllevado a que cambie la forma de ver el turismo y la forma de realizarlo, a partir de esto se intenta desarrollar a pueblos o ciudades aisladas para atraer así más turistas, aunque también amenaza a poder cambiar cosas como las creencias, ideologías, etc. Estos factores anteriormente descritos también personifican una de las razones constantes dentro de la actualización de competencias entre egresados del área. Una de las tendencias actuales que forman parte de las tendencias digitales dentro del turismo es la gestión de la sostenibilidad, indispensable dentro de la formación en prácticas responsables y sostenibles es crucial para minimizar el impacto ambiental y social del turismo. En él también se busca equilibrar los intereses de los turistas, las empresas y la comunidad anfitriona, garantizando que los destinos turísticos puedan mantenerse viables a largo plazo sin agotar sus recursos naturales o deteriorar su identidad cultural (Goodwin, 2016).

Ante ello las competencias deben de enfocarse en las regulaciones de protección de parques recreativos (en cuestiones culturales y de índole natural) que un aspecto regional encajaría en sitios como Xcaret, Xel-Há por mencionar algunos,

los cuales se vuelven recurrentes para el aspecto laboral de profesionales recién egresados, sin dejar a un lado aquellos centros menores ubicados en comunidades locales. Muchas de las competencias también se verán reflejadas dentro de la promoción de alojamientos ecológicos, así como en el uso de certificaciones como CST (Certificación para la sostenibilidad Turística).

Las competencias digitales han permitido a los egresados del desarrollo turístico aprovechar la disponibilidad de herramientas para la mejora de los servicios y experiencias de la industria. Esto permite en *grosso* modo la optimización de la gestión de empresas turísticas y promover los destinos de manera efectiva. Todo lo anterior debido al auge de las plataformas de reservas en línea y la digitalización de los servicios turísticos, el dominio de herramientas digitales y estrategias de *marketing online* es esencial (Xiang *et al.*, 2015).

Todas estas estarán enfocadas al manejo práctico de estas herramientas digitales de información y comunicación. Por ejemplo, la publicidad de sitios arqueológicos de Yucatán se ha difundido a través de diferentes plataformas digitales como Facebook. *Instagram*, *Tik Tok*, *You Tube* entre otros. Ello engloba la necesidad de manejar sistemas básicos de Marketing permitiendo la creación de campañas publicitarias. A partir de aquí el profesional del área turística deberá incluir dentro de sus competencias las nociones básicas del manejo digital de herramientas de promoción para el desarrollo de la gestión demandante.

Yucatán cuenta con una gran riqueza cultural y natural, incluyendo sitios arqueológicos mayas, cenotes, playas y reservas naturales. La protección de estos recursos frente al turismo masivo es un desafío constante. La falta de regulación adecuada y el aumento de actividades turísticas sin medidas de sostenibilidad pueden llevar al deterioro de estos patrimonios.

La conservación y el manejo responsable de estos recursos son fundamentales para mantenerlos como atractivos a largo plazo. Con lo anterior es necesario tener claras las competencias adquiridas por un egresado del desarrollo turístico, mismas que resultan fundamentales debido a que; definen las habilidades y conocimientos esenciales que los profesionales y las organizaciones del sector deben poseer para enfrentar los desafíos del entorno turístico de manera efectiva (Bramwell, 2011). En un mercado globalizado y altamente competitivo, las competencias permiten no solo ofrecer servicios de alta calidad, sino también adaptarse rápidamente a las nuevas demandas del mercado, las tendencias tecnológicas y los cambios en las expectativas de los viajeros.

En el sector turístico, la adaptabilidad y resolución de problemas son habilidades esenciales que permiten a los profesionales responder de manera eficaz a cambios inesperados, crisis o desafíos operativos, pero que en ocasiones llegan a ser limitantes ante de la falta de competencias por parte de los egresados (Cejas *et al.*, 2022). Estas competencias son clave en un entorno dinámico y en constante evolución, donde factores como el clima, las regulaciones, las tendencias del mercado o incluso emergencias globales pueden afectar la actividad turística.

La adaptabilidad en el turismo implica la capacidad de ajustar estrategias, servicios y enfoques de gestión en función de las circunstancias cambiantes. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021), la resiliencia y flexibilidad de los actores turísticos son esenciales para enfrentar crisis globales como la pandemia de COVID-19, que obligó a empresas y destinos a digitalizar sus procesos, rediseñar experiencias y garantizar medidas de seguridad sanitaria.

Un ejemplo claro de adaptabilidad es la transformación de hoteles y aerolíneas mediante la automatización de procesos y la implementación de tecnologías de autoatención para reducir el contacto físico. Para desarrollar estas habilidades,

los profesionales del turismo deben contar con una combinación de competencias técnicas y blandas que les permitan actuar con eficacia ante desafíos inesperados. Algunas de las más relevantes incluyen:

- a) Pensamiento crítico y análisis de las situaciones: se sustenta en la capacidad adecuada de tomar decisiones informadas que permitan la identificación de riesgos y oportunidades dentro del entorno turístico.
- b) Flexibilidad y resiliencia: el cual se enfatiza en una habilidad para el ajuste de cambios dentro del mercado, así como el manejo de incertidumbre y capacidad de aprendizaje continuo.
- c) Comunicación y trabajo en equipo: asociado con la coordinación efectiva con clientes, colegas y proveedores, así como el manejo de conflictos y negociación en situaciones de crisis.

### Desafíos y oportunidades laborales.

En el caso de Yucatán, según datos de 2023, el turismo genera aproximadamente el 14% del total de los empleos en el estado, abarcando áreas como hotelería, restauración y servicios turísticos (Chacón, 2023). Por ejemplo; la implementación del Tren Maya y la promoción de los Pueblos Mágicos representan oportunidades para ampliar y diversificar la oferta turística en Yucatán. Estas iniciativas pueden generar nuevos empleos y dinamizar economías locales, siempre y cuando se gestionen de manera sostenible y con la participación de las comunidades involucradas (Domínguez, 2025).

### Competencias actuales en el campo del desarrollo turístico

Las competencias de un egresado en desarrollo turístico son fundamentales para garantizar el éxito y la sostenibilidad de la industria turística. Esto permite al profesional gestionar de manera efectiva los recursos turísticos, crear experiencias innovadoras para los visitantes, y promover el turismo de manera responsable,

respetuosa con el medio ambiente y las comunidades locales (Crespi, 2018). Además, facilitan la capacidad de adaptarse a los cambios del mercado, liderar proyectos turísticos, y contribuir al desarrollo económico y social de los destinos (Bramwell & Lane 2011).

En este caso las competencias del profesionalismo en turismo en Yucatán son clave para el desarrollo sostenible y competitivo de la región, dada su rica oferta cultural, natural e histórica. Entre lo más relevantes se destacan la capacidad de gestionar destinos turísticos de manera integral, considerando tanto el desarrollo económico como la preservación del patrimonio cultural y ambiental (Pérez & Mena, 2019). Además, los profesionales deben ser capaces de crear experiencias turísticas que respondan a las expectativas y necesidades de los turistas, adaptándose a las tendencias del mercado global (García & Vázquez, 2021). En el contexto actual, el turismo requiere profesionales con habilidades adaptativas y estratégicas para responder a las demandas de un mercado en constante evolución.

La digitalización ha transformado la industria, por lo que el manejo de herramientas tecnológicas, marketing digital y análisis de datos es fundamental para diseñar estrategias efectivas y mejorar la experiencia del turista (Cejas *et al.*, 2022).

Otras de las competencias de este sector se desarrollan en:

**Gestión de la Calidad en el Turismo:** Capacidad para implementar y mejorar estándares de calidad en los servicios turísticos (hotelería, restauración, transporte, etc.), asegurando una experiencia óptima para el turista y cumpliendo con normativas internacionales (UNWTO, 2021).

**Planificación y gestión de proyectos turísticos:** Dominio de herramientas de gestión de proyectos (como Gantt, SCRUM, entre otras) para diseñar, planificar y ejecutar proyectos turísticos de manera efectiva, desde la concepción hasta la evaluación



de resultados; sostenibilidad y Turismo responsable: Conocimiento en prácticas sostenibles aplicadas al turismo, incluyendo la protección del medio ambiente, la promoción de la cultura local y la responsabilidad social en la gestión turística (UNWTO, 2021).

La sostenibilidad es otro pilar clave en el turismo moderno. Las competencias en gestión ambiental, turismo responsable y desarrollo comunitario permiten a los profesionales impulsar prácticas que minimicen el impacto negativo del turismo y fortalezcan el desarrollo social y económico de los destinos. Asimismo, la capacidad de innovación y creatividad es esencial para diseñar experiencias turísticas únicas y diferenciadas.

En un mercado altamente competitivo, los profesionales deben ser capaces de identificar tendencias emergentes, como el turismo de bienestar, el ecoturismo y el turismo experiencial, para ofrecer productos y servicios atractivos y personalizados. Por otra parte, las habilidades empresariales son necesarias para comprender el mercado y asegurar la viabilidad de los proyectos turísticos como la gestión financiera y administrativa: capacidad para gestionar presupuestos, analizar costos y rentabilidad de proyectos turísticos, así como comprender la dinámica económica del sector (Morrison, 2019).

Por último, las habilidades de comunicación, liderazgo y resolución de problemas siguen siendo cruciales. La gestión eficiente de equipos, la negociación con actores del sector y la capacidad de adaptarse a crisis o situaciones imprevistas garantizan la resiliencia y éxito de los proyectos turísticos en el mercado (Cejás *et al.*, 2022).

### Elementos de un perfil profesional

Este aspecto se compone por la integración de los conocimientos y actitudes fundamentales, es decir, los saberes básicos y específicos de una carrera y el dominio de aspectos éticos, técnicos para la realización de un trabajo en esa

disciplina (Cassarini, 2013). Asimismo, esta autora señala que el perfil profesional “se relaciona con las condiciones de trabajo, mercado, empleadores y remuneración. Se identifica en términos de sectores (el del propio campo profesional y los que tienen relación con él” (P.143).

Para su elaboración se tienen que identificar los conocimientos y técnicas específicas de la profesión, las áreas de incidencia, las tareas potenciales que realizará el profesional y los lugares donde se podría trabajar (Díaz-Barriga *et al.*, 1990, citado por Cassarini, 2013).

En cuanto al turismo, es deseable que los profesionales posean perfiles que procuren el desarrollo del entorno turístico, sus complejidades en cuanto a lo relacionado con la sustentabilidad, mediante el impulso de iniciativas que monitoreen las oportunidades de creación de productos y servicios en este rubro (UNAM, 2024). Respecto a las actitudes, de acuerdo con la Universidad del Valle de México (2023) es importante que el profesional sea altamente humanista, con un sentido de responsabilidad, solidarios con los turistas, empáticos con sus clientes, y eficaces, en el sentido que fomente y vigile el cumplimiento de altos estándares de calidad.

## 2. METODOLOGÍA

El presente trabajo tiene una orientación cualitativa con un enfoque hermenéutico debido a que se busca comprender cómo las personas participantes construyen un sentido a sus propias vivencias y las expresan (Creswell, 2013).

Para la obtención de la información se diseñó una guía de 8 preguntas para una entrevista estructurada, la cual fue realizada a 4 empleadores o autoridades turísticas de la región cercana a Valladolid, Yucatán, México, que son tomadoras de decisiones, ya sea en puestos directivos de departamentos gubernamentales,

hoteles y diversos servicios.

Es importante señalar que la invitación se externó a más de 30 personas, respondiendo las señaladas previamente. Los empleadores invitados y entrevistados han aceptado a estudiantes de la licenciatura en Desarrollo Turístico de la Universidad de Oriente para la realización de prácticas profesionales. El criterio para seleccionar a los participantes fue que sean autoridades turísticas de la ciudad de Valladolid o de la región aledaña a la Universidad de Oriente, en Valladolid, Yucatán; debido a que es el contexto laboral próximo.

Los reactivos están relacionados con las siguientes dimensiones: retos de la región, planeación turística y difusión, competencias digitales, sustentabilidad, cultura, aspecto actitudinal en la profesión y competencias generales en el turismo. Para el procesamiento de los datos se hicieron grabaciones y se transcribieron las entrevistas para su análisis, mismo que se presenta en el siguiente apartado.

Es importante señalar que se construyó un análisis narrativo para conservar la esencia de las declaraciones de los participantes y darles voz como autoridades o empleadores turísticos, por lo que no se realizaron codificaciones o categorías, sino, se plasman las respuestas más representativas de cada pregunta sin el uso de software alguno.

### 3. RESULTADOS

Derivado de las entrevistas realizadas, como primer cuestionamiento a los participantes, se les preguntó a su consideración ¿Cuáles son los principales retos que enfrentan los profesionales del turismo para responder a las necesidades de la región?, el primer empleador dijo “Idioma inglés” de manera enfática y determinante.

El segundo fue más profundo con la respuesta: *“La falta información desde antes de tomar la decisión de estudiar la carrera, “no es necesario un título” si se tiene pasión por lo que se hace o ejerce, las nuevas generaciones piensan que con un título ya el turismo cae rendido a sus pies y a generar dinero... Los de la vieja escuela sabemos que hablar del turismo en todos los sentidos es sinónimo de “esclavitud”, largas jornadas laborales, sin descansos en temporadas altas, sin ver o convivir con nuestros seres queridos en fechas importantes o celebraciones. Cada profesión demanda una pasión por lo que se ejerce, sin ello no hay garantía de éxito.”*

En ese mismo sentido, el tercer empresario consideró: *“La actitud. Hace falta mucho la proactividad al momento de abordar al huésped, el tener una actitud abierta pero respetuosa que invite a salir y conocer los lugares que se le proponen al huésped. Hay mucha dependencia hacia los responsables (jefes) en cuanto qué decir y qué no, falta que los profesionales del turismo propongan.”* Y finalmente el cuarto empleador afirmó que: *“El crecimiento profesional en el ámbito del turismo es un aspecto fundamental que no debe ignorarse.”* Como se puede observar, la percepción sobre los retos es un amplio espectro de oportunidades para los profesionales turísticos, ya que no hay un aspecto único identificado por los respondientes.

Como segunda pregunta, se les planteó ¿Cuál es la función del profesional del turismo con respecto a la planeación turística?, nuevamente el primer gerente fue breve y respondió *“Debe participar más”*, pero el segundo dio una respuesta más amplia y puntual: *“De primera mano conocer el producto y consecuentemente el mercado para poder definir una función en particular, por otro lado, una función de vital importancia es la de ponerse en los zapatos del cliente final; que es lo que al turista le puede gustar o interesar y que no.”*

Asimismo, otra persona mencionó sobre el tema: *“Planear, tener presente las fechas fuertes y conocer muy bien su mercado para preparar o proponer actividades.”* En ese mismo sentido, la cuarta empleadora profundizó diciendo: *“Al hablar de desarrollo turístico, es inevitable referirse a indicadores como el número de visitantes, la duración promedio de las estancias y la preparación previa que realizan los turistas antes de su llegada. En la actualidad, la mayoría de los visitantes ya han planificado sus viajes desde su lugar de origen: contratan agencias, reservan tours y organizan sus actividades con anticipación. No obstante, aún existe un segmento que toma decisiones sobre la marcha.”*

De acuerdo con lo anterior, los empleadores mencionan que se tiene que estar al pendiente de lo que los turistas necesitan, saber qué es lo que esperan, lo que desean hacer, e incluso ser empáticos con ellos.

Sobre la influencia que tienen los profesionales del turismo en la promoción y posicionamiento de los destinos, el primer entrevistado dijo que sí se tiene *“Directamente, con interacción constante.”*

El segundo empleador participante mencionó que: *“Primero conocer el producto o destino a promocionar, de ser posible visitar los destinos “menos turísticos” como punto de partida para elaborar un plan o estrategia que permita despuntar dicho destino.”* Conduciendo con el anterior, la tercera persona entrevistada dijo que: *“¡Mucha! El profesional es pieza fundamental para vender destinos y productos, también la calidad del viaje depende del profesional del turismo sin caer en excesos de confianza o de permitirle todo a los visitantes.”*

Sobre el mismo aspecto, la cuarta funcionaria dijo: *“Este panorama plantea un reto importante para los actores locales: la necesidad de planificar con semanas o incluso meses de anticipación. Solo así será posible implementar estrategias*

*turísticas coherentes que se alineen con las expectativas y planes de los turistas, aun cuando éstos hayan sido diseñados desde sus países o ciudades de origen.”*

De acuerdo con las respuestas obtenidas, se percibe que el rol en la promoción de los destinos y su posicionamiento es fundamental, ya que son quienes conocen el mercado y saben cómo lograr diseñar e implementar estrategias para potencializar la venta de algunos de ellos.

Seguidamente se les pregunto sobre las competencias digitales que los profesionistas del turismo deben poseer, a lo que la primera persona respondió que se tiene que manejar software turístico. La segunda dijo que deben saber utilizar: *“CEO (Search engine optimization) optimización de motores de búsqueda para un mejor enfoque en cuanto a las estrategias de marketing, “redireccionar” las búsquedas hacia el potencial consumidor final.”*

En cuanto a las competencias mencionadas, el tercer entrevistado hizo referencia a más que lo digital: *“Saber tomar fotos, ya sea para redes sociales o de publicidad para los establecimientos. Se requiere buena ortografía siempre. Saber agendar reuniones digitales y conocer ese tipo de aplicaciones, también programas de reservas y conocer las diferentes plataformas de reservas como Booking, Expedia, Airbnb y conocer cómo aprovecharlas al máximo.”*

Para concluir con las competencias digitales, la cuarta persona dijo: *“En la actualidad, las herramientas digitales se han convertido en un componente fundamental para la promoción turística...Tomando como ejemplo el caso de Valladolid (Yucatán), un destino con una rica herencia arquitectónica, colonial e histórica, así como con atractivos naturales, es evidente que la estrategia debe enfocarse en atraer a un perfil de viajero que valore estos elementos. Para ello, es necesario identificar dónde se encuentra ese público objetivo y qué medios digitales utiliza.*

La siguiente tabla expresa los datos más relevantes que las personas entrevistadas señalaron como competencias digitales.

**Tabla 1.** *Percepción sobre las competencias digitales*

Competencia digital	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4
Manejo de software turístico	✓	✗	✓	✗
SEO y marketing digital	✗	✓	✗	✓
Fotografía para redes y publicidad	✗	✗	✓	✗
Manejo de programas de reservas	✗	✗	✓	✗
Dominio de plataformas de reservas	✗	✗	✓	✗
Habilidades de comunicación escrita	✗	✗	✓	✗
Planificación de estrategia digital	✗	✗	✗	✓
Uso de herramientas de promoción turística	✗	✗	✗	✓

**Fuente:** Elaboración propia.

Las opiniones de los entrevistados revelan que las competencias digitales para los profesionales del turismo son un concepto multifacético, yendo más allá de una sola habilidad. Mientras que la primera persona se enfocó en el dominio general del software turístico, el segundo entrevistado enfatizó la importancia del marketing digital y el SEO para atraer clientes de forma efectiva. El tercer entrevistado proporcionó una perspectiva más amplia, incluyendo habilidades prácticas como la fotografía para redes sociales, la buena ortografía y el manejo de plataformas de reservas como Booking y Airbnb. Finalmente, la cuarta persona elevó el concepto a un nivel estratégico, subrayando la necesidad de desarrollar

*una estrategia digital completa, enfocada en identificar y alcanzar al público objetivo a través de diferentes medios digitales. Este conjunto de respuestas demuestra que no existe una única competencia digital clave, sino un espectro de habilidades que, en conjunto, son cruciales para el éxito en el sector turístico actual.*

*Los profesionales del turismo deben comprender que muchas decisiones de viaje hoy en día se toman a través de campañas de marketing digital. Estas campañas no son equivalentes a las tradicionales, ya que operan con lógicas propias de las plataformas sociales. Por ejemplo, en redes como Facebook o Instagram, la información se difunde a través de conexiones personales: una persona puede descubrir un destino gracias a publicaciones compartidas por amigos, y esa visibilidad se amplifica en red.*

*Así, el reto no es solo crear contenido, sino lograr que ese contenido circule dentro de comunidades digitales donde los potenciales viajeros ya interactúan. Esto exige conocimientos específicos de comunicación digital por parte de los profesionales del turismo, así como una visión estratégica para integrar los valores culturales y diferenciales del destino en cada acción promocional.”*

Con lo anterior, se enfatiza que las competencias digitales son primordiales para realizar trabajo en el turismo, permitiendo visibilizar los productos y servicios, representando innovación y facilitando la gestión del hospedaje.

También se preguntó ¿Qué responsabilidad tiene el profesional del turismo en la sustentabilidad de los destinos?, el primer entrevistado sólo dijo que se deben hacer propuestas sobre ello, pero el segundo contestó que:

*“Es una responsabilidad de primer nivel, en general todo el planeta está de un punto de quiebre y la responsabilidad del profesional es sensibilizar a la sociedad en general para hacer equipo y cuidar los destinos turísticos.”* Concordando con



lo anterior, otra persona mencionó: *“Mucha. Su deber es cuidar y salvaguardar los destinos porque eso es de México (de nosotros) tiene que fomentar una actitud de respeto hacia los sitios y debe de tener la fuerza para corregir a las personas desde la empatía, pero con autoridad.”*

Finalmente, la cuarta persona informó que: *“Considero que este tema es altamente relevante, ya que está estrechamente vinculado con la responsabilidad sustentable. La cultura turística implica transmitir valores como la conservación del medio ambiente, el respeto por la cultura local y el amor por el lugar que habitamos. Esta responsabilidad no recae únicamente en el personal del sector turístico, sino que debe ser asumida por todo el destino: la comunidad, las autoridades, los empresarios y los visitantes...lo más importante es prevenir el deterioro desde el principio, no solo remediarlo.*

Según lo expresado por las personas entrevistadas, la responsabilidad del profesional es muy relevante, ya que debe estar formado para que, además de ofrecer experiencias únicas a los visitantes, al mismo tiempo debe procurar por la preservación del medio ambiente y todos los aspectos relacionados con él; y en ese mismo sentido, se les preguntó ¿Cuál es la responsabilidad del profesional con respecto a preservación de la cultura y la naturaleza? A lo que contestó uno que los profesionales deben:

*“Conocer y entender la cultura y la naturaleza propia de cada destino y trabajar sobre un plan de conservación.”* Otra persona dijo que la responsabilidad sobre este aspecto: *“Es vital, porque él será el encargado de asegurarse de que se cuiden y respeten todos los sitios visitados.”*

La cuarta entrevistada profundizó más sobre ello: *“... el turismo puede ser una actividad de gran impacto, siempre y cuando se trabaje con una visión respetuosa y comprometida con la cultura y las tradiciones locales...es fundamental que las*

*estrategias que implementamos estén alineadas con los valores culturales de nuestras comunidades.*

*No se trata solo de atraer visitantes o generar ingresos, sino de hacerlo de manera ética y auténtica. En ocasiones, con tal de llamar la atención o incrementar las ventas, algunas personas recurren a una representación superficial o distorsionada de las tradiciones, lo cual puede convertirse en una forma de explotación cultural...es importante que quienes organizamos o participamos en actividades turísticas asumamos la responsabilidad de transmitir con respeto y fidelidad nuestra herencia cultural, y no reducirla a un producto meramente comercial.”*

Las respuestas dadas hacen referencia, al igual que con la sustentabilidad, que la preservación de la cultura y naturaleza es labor fundamental del profesional del turismo, asumiéndolo como no sólo una competencia profesional, sino como transversal, ya que mencionaron aspectos éticos.

Con relación al aspecto actitudinal y la empatía en la profesión, relacionado con las competencias blandas, a los empleadores se les preguntó ¿Cómo debe ser la actitud de un profesional del turismo para atender lo mejor posible a sus clientes?, a lo que la primera persona sólo dijo que tiene que ser “Excelente”; la segunda dijo que “Preguntarse así mismo que es lo que realmente le apasiona...”, el tercero dijo que “No debe de ser tímido, siempre con respeto y con espíritu aventurero que invite a conocer a viajar a descubrir”.

Y concluyendo con este tema, la cuarta entrevistada mencionó: “La cultura turística, en este sentido, no solo se refiere al conocimiento sobre el destino, sino a la forma en que cada persona, desde su rol y desde su región. asume el compromiso de actuar con amabilidad, ética y pasión...Todos los actores tienen la responsabilidad de fomentar y practicar una cultura turística que honre la identidad del destino y contribuya a su sostenibilidad.”

Para finalizar las entrevistas individuales, a los empleadores se les preguntó de manera general sobre cuáles son los conocimientos y habilidades necesita tener un profesional del turismo para poder cumplir con las necesidades laborales actuales, y con ello tener un panorama general sobre el perfil de la profesión. El participante número uno consideró que *“Lo principal es el inglés”*, haciendo referencia al dominio de una segunda lengua.

Otra persona dijo que se debe tener una *“actitud de aprendizaje continuo, un título te da las bases o reglas del juego, pero debes estar en el campo para poder ver, aprender, entender, etc. Si no eres feliz con lo que haces no estás hecho para ello”* El tercer empleador consideró que: *“Primero que conozca su país y que le guste, que transmita y que conozca lo que vende, que no sea tímido, que proponga qué hacer, qué ver, a dónde ir. Conocimiento en plataformas digitales y de reserva, que sepa más de un idioma: inglés, francés, alemán. Debe ser muy empático”* Para finalizar la cuarta empleadora dio una respuesta más extensa y global: *“Es importante reflexionar sobre los principios que deben guiar las distintas iniciativas vinculadas al turismo, especialmente aquellas relacionadas con la alimentación, las experiencias y la gestión del destino.”*

*En la actualidad, las competencias digitales se han vuelto esenciales para los profesionales del sector, ya que nos encontramos inmersos en un mundo cada vez más digitalizado. Por ejemplo, plataformas como Booking.com han evolucionado hasta convertirse en verdaderos operadores turísticos en línea, lo cual transforma significativamente la forma en que los viajeros planifican sus experiencias. Este fenómeno plantea nuevas preguntas que deben ser analizadas y estos aspectos son fundamentales para comprender el comportamiento del viajero actual y para diseñar estrategias turísticas más efectivas, centradas en las necesidades reales del mercado.”*

De acuerdo con lo anterior, la percepción sobre las competencias ideales en el ámbito de la profesión turística no sólo se centran en el conocimiento de la disciplina, sino que, integra invariablemente a la tecnología y lo relacionado con las habilidades blandas como la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, el liderazgo, la adaptabilidad al cambio, el pensamiento crítico, la empatía con los turistas, un manejo del tiempo adecuado, una rápida resolución de problemas, capacidad para tomar decisiones, y por supuesto, una sólida ética profesional.

Estos hallazgos coinciden con investigaciones de autores como Flores *et.al* (2025), quienes sostienen que la adaptación tecnológica es un factor crítico en la competitividad de las empresas turísticas, integrando herramientas como el SEO y el análisis de datos. De igual forma, estudios de Testón *et.al* (2024) y de Sandoval (2025) corroboran que las habilidades blandas, como la comunicación asertiva, la empatía y la resolución de problemas, son fundamentales para la satisfacción del cliente y la calidad del servicio, estableciendo una relación directa entre estas y el éxito profesional en la industria turística. Esta sinergia de competencias digitales y humanas es validada por la investigación en la que se basa la presente respuesta, lo que corrobora que el perfil profesional ideal en el turismo ha evolucionado hacia un modelo híbrido y holístico.

#### 4. CONCLUSIONES

Derivado de las respuestas de los empleadores se puede observar que existe una percepción sobre habilidades blandas complementando la formación profesional turística, destacando la relacionada con mercadotecnia, manejo de aplicaciones y software turístico, conocimientos y actitudes positivas en torno al cuidado del medio ambiente y la preservación de la cultura, la proactividad, la empatía por los clientes, la ética, el verdadero interés por la profesión, la iniciativa y se destaca el manejo de una segunda lengua, preferentemente el inglés. Es

importante que estos aspectos se revisen y, en su caso, que sean incluidos en los currículos de las carreras turísticas, ya que de la voz de los expertos y empleadores se expresa las necesidades de los trabajos, es por ello que, la actualización curricular toma un aspecto indispensable considerando los requerimientos del sector laboral, por lo que se propone adicionar asignaturas no sólo sobre la profesión, sino con aspectos actitudinales que permitan que los conocimientos adquiridos en la universidad puedan ser movilizables al trabajo efectivo y la satisfacción de los turistas.

En este mismo sentido, pudiera obviarse que los egresados de las carreras de turismo tienen competencias básicas como una escritura efectiva, resolución de problemas, conciencia sobre su entorno, pero las entrevistas arrojaron que se necesita aún más, destacando la importancia de la formación integral, esto es, que las instituciones no sólo enseñen contenidos sobre la profesión, sino que se incluyan, promuevan y evalúen actitudes, valores y habilidades blandas, siendo o no de manera explícita en el currículo formal o en el oculto a través de las experiencias en la universidad.

Si bien el presente artículo tiene limitaciones al tener un enfoque cualitativo y con una muestra por conveniencia avalada por empleadores y autoridades en el ámbito turístico de la región, es deseable que se amplíe la información con instrumentos estandarizados sobre las competencias señaladas en el estudio.

Con base en lo anterior se recomienda realizar investigaciones mixtas sobre cómo los contenidos de las asignaturas de la profesión inciden en el desempeño de los profesionales del turismo y en qué medida cumplen con las necesidades del contexto, mediante cuestionarios cuantitativos y entrevistas o grupos focales; asimismo, es deseable incrementar la muestra para estudios similares a este, ya que, al ser incipiente, es un esbozo sobre las mejoras que pueden implementarse

en los planes de estudio, en particular, de la Licenciatura en Desarrollo Turístico de la Universidad de Oriente.

Finalmente, es muy importante que se trabaje con la motivación hacia quienes estudian turismo y se quieren dedicar a esta actividad, ya que se percibe por parte del sector laboral una falta de proactividad, en sus palabras, “están esperando a que les digan qué hacer” y por supuesto, trabajar en el idioma inglés, debido a que se reconoce que los egresados necesitan obligatoriamente dominar al menor ese idioma, aunque sería idóneo que sepan alguno más.

La utilidad práctica de esta investigación consiste en que los tomadores de decisiones pueden considerar en las actualizaciones curriculares los resultados obtenidos y tener una base de dónde iniciar.

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bramwell, B. (2011). *Governance, the state and sustainable tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 459-477.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.576765>
- Bramwell, B., y Lane, B. (2011). *Turismo y sostenibilidad: Perspectivas e implicaciones*. Routledge.
- Cassarini, M. (2013). *Teoría y diseño curricular*. Trillas.
- Cejas Martínez, M., Aldaz Hernández, S., Liccioni, E., y Palacios Trujillo, E. (2022). *Las competencias laborales en la formación universitaria del talento humano: Una ruta profesional del turismo*. *Educare*, 26(1).  
<https://doi.org/10.46498/reduipb.v26i1.1648>
- Chacón, L. (2023, febrero 6). *Turismo genera el 14% del total de los empleos en Yucatán*. *Quadratin Yucatán*.  
<https://yucatan.quadratin.com.mx/turismo/turismo-genera-el-14-del-total-de-los-empleos-en-yucatan/>

- Crespi, L. (2018). *Competencias del profesional del turismo: Claves para el éxito en el mercado globalizado*. Editorial Turismo y Gestión.
- Creswell, J. W. (2013). *Diseño de investigación: Enfoques cualitativo, cuantitativo y mixto* (3.ª ed.). México: Editorial Limusa.
- Domínguez Massa, D. (2025, enero 8). *Cetur: Hay retos y oportunidades de cara a 2025*. Diario de Yucatán. <https://www.yucatan.com.mx/merida/2025/01/08/cetur-hay-retos-y-oportunidades-de-cara-a-2025.html>
- Flores Tiban, K. T., Flores Muñoz, D. A., & Santamaria Granda, F. J. (2025). *Estrategias innovadoras para la competitividad de agencias de viajes en la era digital*. *Revista Científica Kosmos*, 4(2), 87-108. <https://doi.org/10.62943/rck.v4n2.2025.332>
- García, S., y Vázquez, E. (2021). *Turismo sostenible en México: Retos y perspectivas para el futuro*. Universidad Autónoma de Yucatán.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development*. Goodfellow Publishers.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2024). *Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2023* (Comunicado de prensa No. 797/24). <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSTM/CSTM2023.pdf>
- Morrison, A. M. (2019). *Tourism marketing: An Asia-Pacific perspective*. Pearson.
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Barómetro del turismo mundial de la OMT, julio 2021*. ONU Turismo. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-10/A24\\_04\\_Report\\_current\\_trends\\_Sp.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-10/A24_04_Report_current_trends_Sp.pdf)
- Organización Mundial del Turismo. (2021). *Tourism for Sustainable Development Goals*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419937>
- Pérez, C., y Mena, A. (2019). *Desarrollo y gestión del turismo en Yucatán: Retos y oportunidades*. Editorial Yucatán.



- Ruiz Ramírez, H., y Del Rivero Maldonado, G. E. (2019). *La importancia del turismo en México*. En XIII Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo, celebrado del 11 al 25 de julio de 2019, Málaga, España.
- Sandoval, D. (2025, 22 de mayo). *Habilidades blandas: fundamentales para obtener empleo en la actualidad*. Universo, Universidad Veracruzana. <https://www.uv.mx/prensa/general/habilidades-blandas-fundamentales-para-obtener-empleo-en-la-actualidad/>
- Tirado Castillo, M. M. (2015). *El turismo ante la globalización*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/el-turismo-ante-la-globalizacion-ensayo/>
- Testón Franco, N., Carrizal Alonso, A. M., & Goytortúa Coyoli, C. (2024). *La profesionalización del Turismo en la era digital: competencias tecnológicas y formación en Línea*. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades 5 (5), 3045 - 3058. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2835>
- Universidad del Valle de México. (2023). *Turismo en México: ¿Qué tipo de profesional necesita?* <https://blog.uvm.mx/la-situacion-actual-del-turismo-que-tipo-de-profesionales-necesita-el-sector>
- Xiang, Z., Magnini, V. P., y Fesenmaier, D. R. (2015). *Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet*. *Tourism Management Perspectives*, 16, 105-120. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.002>