

El impacto de las TIC para el turismo educativo en el estado de Puebla

LIZARDI-ROJO, Verónica, BOLAÑOS-ORTEGA, Rosalba, ROLDÁN-OROPEZA, Norma Angélica y TITLA-FLORES, María del Rosario

V. Lizardi, R. Bolaños, N. Roldán y M. Titla

Universidad Tecnológica de Puebla
veronica_lizardi@utpuebla.edu.mx

K. González, L. Morán y J. Negrón (eds.) Los procesos administrativos aplicados a las actividades productivas y de servicios. Tópicos selectos de métodos y técnicas para la investigación en las organizaciones. ©ECORFAN- Mérida, Yucatán, 2017.

Abstract

El Estado de Puebla cuenta con 273 Instituciones de Educación Superior (IES) (Atillo. El portal de los estudiantes., 2016) ubicándose en cuarto lugar a nivel nacional en cobertura educativa para este nivel (5.9% del total de alumnos inscritos en el ciclo escolar 2013-2014), después de la Ciudad de México, Estado de México y Jalisco.

Además, en la capital poblana, se realizan diversas actividades académicas, culturales y deportivas más importantes de la región, a nivel nacional e internacional. "La capital poblana es una de las más importantes del país, por la calidad educativa y el número de instituciones de nivel superior, que permitirá concretar el proyecto colectivo denominado Puebla Capital Universitaria de México (PCUM)" (Notimex, 2016). Debido a la importancia de la educación que se tiene en el Estado, es que se decidió acotar esta investigación a Puebla.

Al considerar la definición de Turismo Educativo como "aquel turismo donde la motivación principal del turista es la de aprender..." (Millet, 2011), y la importancia de este nuevo concepto, la cual radica en que, "... ayuda a la transmisión de la cultura local, alta generación de ingresos, atracción de visitantes (familiares y amigos)" (Barolo, 2007); se podrá señalar la factibilidad de incrementar estos beneficios aprovechando las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), de acuerdo con la documentación recabada en el siguiente trabajo.

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis de las Instituciones de Educación Superior (IES), y Posgrados a nivel tanto nacional como estatal en los últimos años, donde el uso de tecnologías fomentan la difusión en medios electrónicos, de actividades académicas como intercambios, congresos, maestrías, talleres y foros, entre otros; para que, gracias a las redes sociales, se acreciente el turismo académico en la capital poblana. El estudio se fundamentó en una investigación documental.

Introducción

De acuerdo con la información publicada en la página oficial del Gobierno del Estado de Puebla, en su edición del Presupuesto Ciudadano 2017; el Estado cuenta con 78,367.00 millones de pesos, obtenidos: 72,330.5 mdp (millones de pesos) de recursos federales, 5,976.5 mdp de recursos fiscales y 60 mdp de otros recursos (Estado de Puebla, Gobierno;, 2017).

Los recursos destinados a las necesidades en rubros específicos de Educación, Infraestructura Básica y Educativa, Fortalecimiento, Financiero y Seguridad Pública, Programas Alimenticios y de Seguridad Social; se toman de las Transferencias Federales Etiquetadas (recursos provenientes del Ramo General 33); equivalente a la cantidad de 32,068.8 mdp. (Estado de Puebla, Gobierno;, 2017)

Dentro de este presupuesto en la Clasificación Funcional, apartado en el cual se define para qué se gasta, queda de la siguiente manera:

Tabla 4 Desarrollo social en el Estado de Puebla

Desarrollo social \$49,109.6		
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Protección ambiental	\$249.6	0.6%
Recreación y cultura	\$457.1	0.9%
Salud	\$4,368.2	8.9%
Educación	\$36,420.5	74.2%
Protección social	\$5,483.8	11.2%
Vivienda y servicios a la comunidad	\$1,744.0	3.6%
Otros asuntos sociales	\$341.4	0.7%

Fuente: Elaboración propia basada en la página 15 del panfleto: Presupuesto Ciudadano 2017. (Estado de Puebla, Gobierno;, 2017)

Tabla 4.1 Desarrollo económico en el Estado de Puebla

Desarrollo económico \$5,769.8		
Concepto	Cantidad	Porcentaje
Combustibles y energía	\$55.5	1.0%
Turismo	\$270.6.	4.7%
Comunicaciones	\$837.2	14.5%
Transporte	\$3,647.9	63.2.%
Agropecuaria, silvicultura, pesca y caza	\$523.8	9.1%
Asuntos económicos, comerciales y laborales	\$303.2	3.6%
Otras industrias y asuntos económicos	\$131.6	2.3%

Fuente: Elaboración propia basada en la página 16 del panfleto: Presupuesto Ciudadano 2017. (Estado de Puebla, Gobierno;, 2017)

Derivado de lo anterior, del presupuesto que recibe Puebla, el mayor porcentaje asignado para el desarrollo social, lo absorbe el rubro de educación con 36,420.0 mdp, por lo tanto se puede considerar como prioritario; mientras que, para el correspondiente a desarrollo económico, turismo con 270.6 mdp, ocupa el cuarto lugar; entonces, se pueden buscar alternativas de promoción a costos menos elevados.

Además de analizar el presupuesto asignado al Estado, se debe tomar en cuenta la inversión a nivel federal. En el rubro de educación, hablando del sector público a nivel Superior, el Presidente Enrique Peña Nieto, en su 4to. Informe de Gobierno 2015 – 2016, menciona que las Universidades Tecnológicas y Politécnicas (UTyP) reciben aportaciones para infraestructura.

Tabla 4.2 Matrícula en Universidades Tecnológicas y Politécnicas 2012-2013 a 2015-2016

Matrícula en Universidades Tecnológicas y Politécnicas, Ciclos Escolares 2012 – 2013 a 2015 - 2016				
Modalidad	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Total	222,715	252,291	284,891	315,341
Tecnológicas	168,441	190,188	211,911	230,668
Politécnicas	53,274	62,103	72,280	84,673

Fuente: (Nieto, 2016)

Se han creado nuevas opciones educativas para el nivel superior, tal como se indica en el informe del Ejecutivo Federal: "durante el ciclo escolar 2015-2016 el Subsistema de Universidades Tecnológicas y Politécnicas concluyó el diseño de seis nuevos programas educativos, con lo que actualmente se cuenta con una oferta educativa de 38 programas con 70 áreas de aplicación". (Nieto, 2016).

En octubre de 2015 se liberaron a las 266 instituciones adscritas al Tecnológico Nacional de México (TecNM), la normativa académico administrativa para que permita una mayor flexibilidad y beneficios a los estudiantes. Algunos de los lineamientos se refieren al Traslado Estudiantil, la Convalidación de Estudios, la Movilidad Estudiantil, la Resolución de Equivalencia de Estudios, la Operación y Cumplimiento del Servicio Social, la Operación de Cursos de Verano, la Titulación Integral, la Operación del Programa de Tutoría, la Operación de los Programas Educativos en las modalidades no escolarizada –a distancia- y Mixta, y la Salida Lateral.

Se actualizó la normatividad del ejercicio profesional y el reconocimiento de validez oficial de estudios en educación superior, mediante un nuevo diseño del marco normativo con mecanismos que responderán a las nuevas realidades en la prestación de los servicios educativos que favorezcan la movilidad académica, garantizando la integración y permanencia de los estudiantes en el Sistema Educativo Nacional (SEN). (Nieto, 2016)

En las últimas décadas, "el número de profesionales que se movilizan a nivel internacional con el propósito de realizar estudios de posgrado ha presentado un incremento sostenido, alcanzando una magnitud sorprendente y estableciéndose como un flujo específico de la migración calificada" (Rico, 2015).

A partir del 2016, se implementó el uso de una aplicación semi-electrónica a nivel nacional para la emisión de las resoluciones de trámites de equivalencia y revalidación de estudios de tipo superior, la cual ha permitido mejorar el promedio de los plazos de respuesta, obtener datos estadísticos relativos a integración y movilidad estudiantil en el SEN.

En cuanto a la movilidad estudiantil, hubo acercamiento de los sectores empresarial y académico de México con países tales como la República de Corea (del 2 al 5 de abril de 2016) y Singapur (el 10 de junio de 2016), realizando convenios con la Secretaría de Educación Pública (SEP). (Nieto, 2016)

Según el informe de labores del actual Ejecutivo Federal (Nieto, 2016), "para el Gobierno de la República es prioridad ampliar la oferta de becas como parte integral de la política de cooperación internacional." Es por ello que se otorgan becas para llevar a cabo los siguientes estudios en nuestro país:

- 19 Becas de Excelencia a ciudadanos estadounidenses y canadienses para que llevaran a cabo estudios de posgrado y estancias cortas en México.
- 102 becas a estudiantes de Chile, Colombia y Perú a través de la Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico.
- 288 becas para Haití mediante el Programa Bilateral de Becas del Gobierno.
- 112 becas, a través de la Comisión México-Estados Unidos para el Intercambio Educativo y Cultural en América del Norte.
- Para fomentar la bilateralidad educativa a nivel competitivo, México realiza negociaciones con otros países, tales como (Nieto, 2016):

- La creación de la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXCID) en 2015, volviéndose miembro activo de la Red sobre Internacionalización y Movilidades Académicas y Científicas coordinada por el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional con financiamiento de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).
- Crear vínculos con el Programa Erasmus Plus y con el Mercosur a través de la Plataforma de Movilidad Estudiantil y Académica de la Alianza del Pacífico;
- Formación de un programa conjunto con Becas Chevening del gobierno del Reino Unido.
- Visita de trabajo a CONACYT de la Ministra de Ciencia y Educación de Alemania, Dra. Johanna Wanka, logrando la firma de una Declaración de Intención de cooperación entre ambos países (febrero de 2016).
- Definir la agenda bilateral en ciencia, tecnología e innovación en el marco del Foro Bilateral en Educación Superior, Investigación e Innovación (FOBESII) (marzo de 2016) entre la National Science Foundation de los Estados Unidos de América y el CONACYT.

La movilidad estudiantil implica la captación de personas de otras regiones, tanto nacionales como extranjeras, y por ello, es inminente la atracción turística de las mismas. Es importante considerar el aspecto del turismo ya que coadyuva de manera intrínseca a la inversión de capital para el Estado.

Para promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural, el Gobierno de la República, mantiene como prioridad su proyección como un destino privilegiado para el comercio y la inversión, “en virtud de su atractivo y estable clima de negocios, la creciente competitividad de su planta productiva y una fuerza de trabajo capacitada, talentosa e innovadora”. (Nieto, 2016)

El gobierno federal, en sus esfuerzos por atraer inversión extranjera, durante el último año, ha participado en los siguientes eventos:

- Quinta Reunión de Altos Directivos del Diálogo México-Estados Unidos de América.
- Foro de Empresarias de la Alianza del Pacífico.
- Cumbre de Negocios en Guadalajara.
- IX Cumbre Empresarial China-América Latina y el Caribe.
- Foro de Negocios México-Países Árabes.

Gracias a los esfuerzos del gobierno federal, durante 2015, el turismo representó 8.5% del Producto Interno Bruto, y el empleo turístico el 8.4% del total de personas empleadas a nivel nacional (Nieto, 2016).

"El Gobierno de la República difundió los atractivos turísticos del país entre visitantes potenciales clave, facilitó la suscripción de instrumentos jurídicos con otros países para propiciar la cooperación en la materia, y promovió ante la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el reconocimiento al patrimonio cultural y natural mexicano". (Nieto, 2016)

"Como resultado de un esfuerzo conjunto entre la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Cultura, por primera ocasión, la Red de Ciudades Creativas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, inscribió a tres ciudades mexicanas: Puebla, en el ámbito del "Diseño"; Ensenada, en el de "Gastronomía"; y San Cristóbal de las Casas en "Artesanía y Arte Popular". Esta distinción permitirá fortalecer y aprovechar el potencial creativo, social y económico de estas ciudades y promover su riqueza y diversidad cultural al ser reconocidos como centros de excelencia creativa. (Nieto, 2016) Con lo anterior podemos constatar que la el Estado de Puebla, o en este caso, su Ciudad es uno de los puntos focales, no sólo para la atracción turística nacional, sino para el sistema educativo y cultural.

Marco Teórico

El Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México, en su glosario de términos, define turismo como el que "Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado." (DATATUR, 2017)

El Compendio Estadístico del Turismo en México 2015, generado por la Subsecretaría de Planeación y Política Turística Dirección General de Integración de Información Sectorial. SECTUR, ofrece, entre otros, "información del turismo receptivo y egresivo; de la actividad hotelera; registros de visitantes extranjeros por país de residencia y nacionalidad; de la transportación aérea, terrestre y marítima; de la oferta turística; y del turismo mundial." Con dicho compendio sustenta que México ocupa el noveno lugar a nivel mundial en llegada de turistas internacionales con 32.1 millones de ellos, después de países como Francia, Estados Unidos y España; y quedando en el número 16 en ingreso de divisas (17, 734 millones de dólares). (DATATUR, 2016)

Quizá es también por ello que para eficientar la llegada de viajeros en nuestro país, "El Consejo de Promoción Turística, en coordinación con importantes actores del sector turismo internacional, logró la apertura de 48 nuevos vuelos directos y 27 nuevas frecuencias a diversos destinos nacionales fortaleciendo así la importancia de México como destino turístico." (Nieto, 2016)

"El término Turismo Educativo se puede definir como un tipo de turismo que involucra el aprendizaje en temas específicos, utilizados como rangos de aplicación o escenarios, sus respectivas paradas técnicas y el lugar de destino." (Sandí Delgado & Hidalgo Arias, 2013)

"El Turismo Educativo, es una herramienta que fortalece los procesos educativos, principalmente la construcción de nuevos escenarios pedagógicos, que facilitan a las instituciones de educación los procesos de enseñanza – aprendizaje" (Sandí Delgado & Hidalgo Arias, 2013). Por ello, se puede entender que las organizaciones que han incorporado el Turismo Educativo como herramienta de negocio, ven nuevas oportunidades de crecimiento gracias a que esto contribuye económicamente con el país, debido a la generación de empleos así como un crecimiento económico, social y cultural.

Sandí Delgado e Hidalgo Arias consideran: "Es necesario que entre las instituciones de educación y el personal docente concuerden en la coordinación y realización de giras educativas, ya que estas repercuten positivamente en el proceso de enseñanza - aprendizaje del estudiantado. La atención a estas recomendaciones es necesaria para promover el cambio y la transformación de los procesos educativos existentes, con el fin de mejorar el proceso de enseñanza - aprendizaje..." (2013)

Para llevar a cabo dicha recomendación y atraer estudiantes de otras instituciones, es posible establecer una promoción aprovechando la tecnología informática de vanguardia, como por ejemplo las redes sociales; ya que éstas tienen la factibilidad de llegar a regiones difíciles de alcanzar por medios físicos.

"La digitalización ha revolucionado todo, desde la elección del destino, hasta las opciones de movilidad o los métodos de pago. El viajero moderno es un usuario tecnológico, más exigente que nunca y que espera que todo esté a su disposición con sólo un click. En el avance hacia sociedades que valoran la conectividad y las necesidades individuales del consumidor, la Unión Europea debe crear las condiciones adecuadas para un mercado único digital que sea operativo y funcional, así como enfatizar el valor de la innovación", explica Claudia Tapardel, europarlamentaria y co-directora del Intergrupo sobre Desarrollo del Sector Turístico y del Patrimonio Cultural en Europa (TecnoHotel, 2015).

Para poder llegar a la mayor cantidad posible de internautas, es necesario analizar las tendencias actuales de navegación.

El uso de redes sociales a nivel mundial según Oscar Reyes Ramos en su libro *Nuevas Tendencias en el Comercio Electrónico* (Reyes Ramos, 2013) sustenta que:

- El 20% de la población con acceso a Internet es miembro de una red social.
- Al menos el 90% de los usuarios de Internet conoce hasta 4 redes sociales.
- El 70% participa al menos en una red social.
- No hay intención de los usuarios de dejar las redes sociales a las que pertenece, ni tampoco de pertenecer a más redes.
- El usuario medio consulta su red social al menos dos veces al día.
- La herramienta más usada en los sitios de red social es el envío de mensajes personales.
- El 80% de los usuarios se hace fan o participa de alguna manera con otros usuarios o perfiles.
- Como media los usuarios llegan a tener de 190 a 200 amigos, aunque esto puede variar en algunos países incluso duplicando la cifra de amigos por usuario.
- Prácticamente todos los usuarios han eliminado alguna vez a un amigo, sobre todo en los perfiles personales.
- El 15% de los usuarios utilizan una imagen que no se ajusta a la real (parecer más guapo, interesante, inteligente).

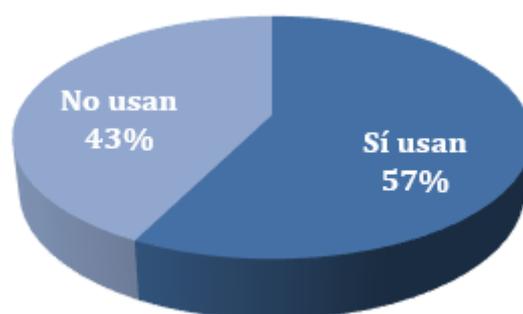
- Se deduce gran diferencia entre los usuarios europeos y los asiáticos, estos últimos son más abiertos.
- La mitad de los usuarios no tiene acceso a las redes sociales desde sus puestos de trabajo en la empresa.

Juda Álvarez señala que, en general Facebook es la red social más conocida a nivel mundial, en promedio el 85% de los usuarios de Internet saben de su existencia. Siendo menos popular en Asia con el 40%; en contraste, Sudamérica y Australia casi al 95% de los usuarios lo conoce (Álvarez, 2015).

De igual manera, dicho autor sustenta que las redes sociales más conocidas después de Facebook se encuentran en el siguiente orden:

- MySpace - 75%.
- Twitter - 65 %.
- Hi5 - 30%
- NetLog - 22%
- LinkedIn - 20%
- Orkut (Google) - 20%
- Xing, Ning, Hyves - 5%

Para el análisis de la tendencia de navegación por internet en el país, se tomó en consideración la información que presentó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el cual representa “un panorama general sobre el acceso a Internet y otras TIC en los hogares así como de su uso por los individuos en México” (INEGI, Estadísticas a propósito del Día Mundial de Internet (27 de mayo), 2016) basado en su encuesta temática anual 2015 aplicada en hogares mexicanos a nivel de entidad federativa incluyendo 32 ciudades seleccionadas gracias al convenio de colaboración suscrito por el INEGI con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones. En dicho documento, titulado Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), se registraron en el país durante el segundo trimestre a 62.4 millones de personas de seis años en adelante, usuarios de los servicios que ofrece Internet, de un total de 108.7 millones, lo que representa el 57.4% de esta población (Ver gráfica 4).

Gráfica 4 Usuarios de internet

Fuente: Elaboración propia basada en la encuesta ENDUTIH del INEGI (INEGI, Estadísticas a propósito del Día Mundial de Internet (27 de mayo), 2016)

Para conocer el uso de redes sociales en el país, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2016) aplicó 1,720 entrevistas a nivel federal y es así como se puede afirmar que existe un equilibrio entre el número de visitantes tanto masculinos como femeninos. Los internautas que mayormente se conectan son aquellos en edad escolar básica, es decir, menores de 15 años con 13%, de 13 a 18 años con 19%; y nivel superior, es decir, 19 a 24 años con 17%; los niveles socioeconómicos de mayor actividad son el C/C-/D+ con el 46%, seguido por el C+ con el 31%; además de esto se puede ver que los usuarios de mayor audiencia son de Estados de la parte centro 26%, oriente 13% y noroeste 15% del país. (Ver figura 5)

Es importante tomar en cuenta las barreras que pueden surgir durante el acceso a internet. Según el estudio de la AMIPCI (2015), durante la primera conexión a la red, las dificultades más comentadas son la lentitud en la navegación (17%) seguido de los altos costes (14%). Afortunadamente, ha habido una mejora en cuanto al uso de los dispositivos, pues este factor ya no se presenta como punto rojo.

Durante 2015, las barreras de conexión a Internet más declaradas fueron la conexión lenta a internet y la poca oferta en la zona del internauta, o costes elevados; aunque es importante señalar cómo se han reducido las barreras de acceso (un 44% de la muestra declara no tener ninguno de estos problemas). (Ver tabla 5)

Tabla 4.3 Barreras de acceso a internet.

Total base: 773	
Conexión muy lenta en mi zona	29%
Costes elevados	28%
Continuos problemas técnicos por parte de la compañía	23%
Mis dispositivos (incompatibilidad / capacidad)	9%
Ninguno de los anteriores	44%

Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet, 11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015, 2015)

Por lo anteriormente expuesto es posible notar que las barreras de uso de Internet se han reducido significativamente en los últimos años en el aspecto técnico, pero también es necesario considerar factores tales como la falta de interés de los temas que se presentan o la existencia de otros mecanismos para satisfacer la necesidad que la red les podría ofrecer.

Tener acceso a internet está cambiando los hábitos de tres de cada cuatro internautas: se utiliza la vía online sobre todo para escuchar música, ver películas, la formación y la gestión de las

finanzas (en este último caso, tan sólo un 9% la realizan de forma más presencial que online). (Ver tabla 6)

Tabla 4.4 Freno a un mayor uso. Detalle de tipo de actividad por target.

	Joven (13 -24 años)	Adulto (25 - 34)	Senior (35 - 55)
No necesidad / interés	- Encuentros online - Sitios de adultos	- Encuentros online - Blogs (acceder o crear) - Jugar en línea	- Formación online - Redes sociales - Encuentros online
No sé cómo hacerlo	- Formación online	- Descargar podcast - Sitios de adultos	- Descargar podcast - Videollamadas - Sitios de adultos
No resulta cómodo	- Chats	- Comprar online - Videollamadas	- Comprar online - Operaciones bancarias
Utilizo otros medios	- Películas (alquiler) - Música (escuchar online)	- Películas (alquiler)	- Email - Películas (alquiler) - Música (escuchar online) - Visitar sitios de noticias

Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet, 11º estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015, 2015)

El principal motivo para conectarse por primera vez era la búsqueda de información en la red, aunque actualmente la actividad más popular es acceder a Redes Sociales (cerca del 80%), incluso por encima de los correos electrónicos y/o mensajes.

Los mexicanos dedican 7 horas y 14 minutos a internet: 1 hora y 3 minutos más que en el estudio de 2015. En cuanto al lugar de acceso destaca el hogar (87%), seguido de cualquier lugar gracias a los dispositivos móviles (52%). El método de conexión más popular es la WIFI contratada (84%) aunque también recurrimos a otros medios como Plan de Datos (27%) o WIFI en lugares públicos (26%).

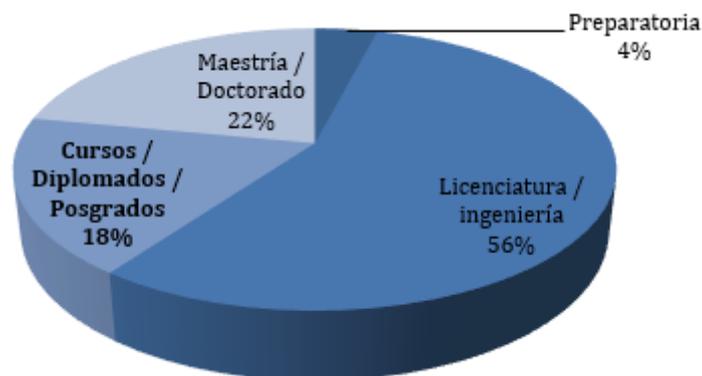
La AMIPCI, en su 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, generó una proyección de uso de internet para los siguientes 12 meses considerando un aumento en cuanto a cursos en línea, acceso a redes sociales y contenidos en streaming. Para el uso profesional de las redes, destacan las gestiones con el Gobierno (23%), la búsqueda de información (31%) y los cursos en línea (37%) y la búsqueda de empleo en línea (26%). (Ver figura 8)

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en su Estudio de Educación en Línea en México 2016, nueve de cada 10 encuestados utilizan internet para buscar ofertas educativas. Ellos se enfocan en sitios especializados de educación (19%) y redes sociales como medios (15%), aunque, de acuerdo con AMIPCI se prevé que podrían incrementar su porcentaje de uso.

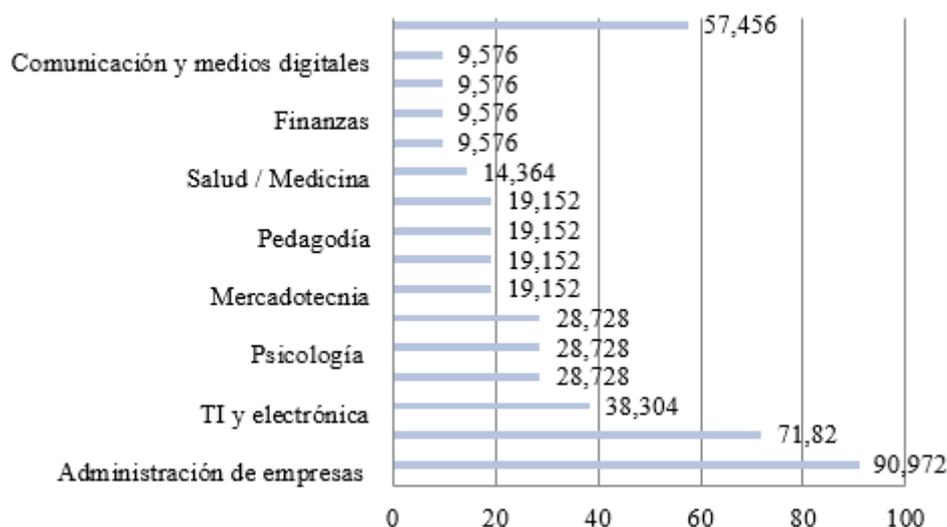
Grafica 4.1 Medios utilizados para buscar oferta educativa

Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de AMIPCI. (Asociación Mexicana de Internet, 1er Estudio de Educación en Línea en México 2016, 2016)

La búsqueda de estudios por internet tiene como preferencia el nivel licenciatura (56%), seguido por nivel maestría o doctorado (22%), dejando en tercer lugar a los cursos, diplomados o posgrados (18%). (Ver gráficas 3 y 4)

Gráfica 4.2 Modalidad 100% en Línea, nivel educativo de interés

Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet, 1er Estudio de Educación en Línea en México 2016, 2016)

Gráfica 4.3 Modalidad 100% en Línea. Carreras de interés

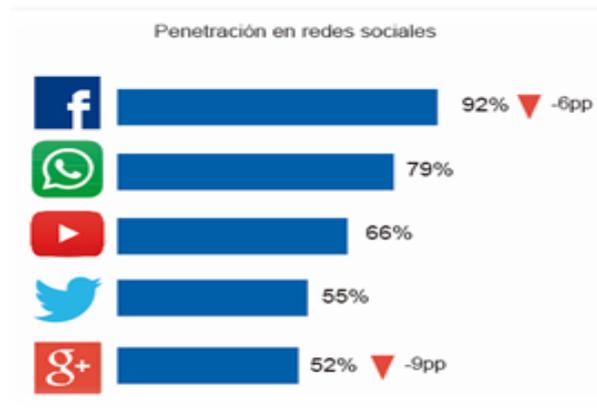
Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet, 1er Estudio de Educación en Línea en México 2016, 2016)

De acuerdo con el 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, el acceso a Redes Sociales sigue siendo la principal actividad en línea (79%), por encima de los correos electrónicos (70%). Entre las preferencias, se destacan: comprar en línea (36%), descargar películas, series, música o podcasts (35%), realizar operaciones de banca en línea (26%), acceder y gestionar sitios propios o blogs (18%) y visitar sitios para adultos (11%); estas tendencias se vislumbran principalmente en la población masculina; cabe recordar que se encuestaron a 1,720 usuarios (Ver figura 12).

Tres de cada cuatro internautas declaran que internet ha cambiado los hábitos en cómo hacen las cosas, sobre todo entre los hombres en la franja de 13 a 55 años. Los principales cambios están en el auge de las actividades de ocio (escuchar música o ver películas), de formación y la gestión de las finanzas.

En cuanto a la penetración de las redes sociales, la red de preferencia en nuestro país sigue siendo Facebook, aunque WhatsApp es usada por ocho de cada 10 internautas con un promedio de 5 horas y 15 minutos de uso. YouTube, Instagram, Twitter y Google+ son tres redes con niveles de penetración parecido (igual que en 2015) pero con menos seguidores que la líder. Google+ ha perdido 9pp, mientras que Instagram aumenta 5pp. LinkedIn, la primera red profesional, tiene una penetración del 20% (alineada a los resultados de 2015). En promedio, los internautas están inscritos a cinco redes sociales.

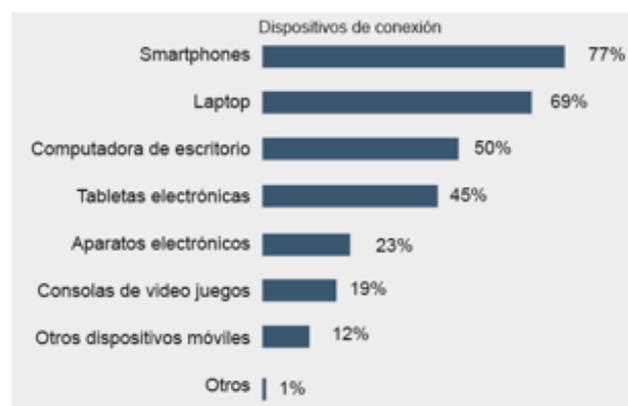
Gráfica 4.4 Penetración de Redes Sociales



Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de la AMIPCI. (Asociación Mexicana de Internet, 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, 2016)

De acuerdo con el 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, el principal dispositivo para acceder a la red es el smartphone (77%), tendencia que registra un acusado crecimiento de 19pp desde el año anterior (58%). El segundo dispositivo más utilizado es la laptop (69%), seguido de la computadora de sobremesa (50%). Por lo tanto, el smartphone ya supera a las laptops en penetración de dispositivo de acceso a internet, e incluso las tabletas también aumentan penetración ante el estancamiento de las computadoras portátiles y las de sobremesa. También es posible considerar cada hardware con el software de preferencia, el smartphone ya es el primer dispositivo para acceder a redes sociales, el auge de Instagram y la inclusión de WhatsApp han disparado su uso, esto también se puede ver reflejado con los usuarios de Twitter. Por dispositivo, WhatsApp es la más usada en Smartphone; y Facebook la más usada en laptop y computadora de sobremesa, seguida de YouTube.

Gráfica 4.5 Dispositivos de conexión



Fuente: Elaboración propia basada en el estudio de la AMIPCI. (Asociación Mexicana de Internet, 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, 2016)

Metodología

La presente es una investigación en proceso de tipo documental: descriptivo, analítico, teórico y abstracto. Las técnicas empleadas fueron de recopilación de información y análisis de resultados principalmente, aunque sin descartar del todo la investigación de campo. (Ramírez, 2015).

Entre los instrumentos utilizados se consideran fuentes secundarias como documentos, revistas especializadas, trabajos previos y demás datos divulgados por medios impresos, audiovisuales y electrónicos.

Para dar inicio a ésta, se analizaron los convenios y presupuestos que el gobierno federal asigna a educación, turismo y movilidad estudiantil; como Puebla ocupa el 4° a nivel nacional en el número de universidades, se decidió acotar a dicho Estado.

Conclusiones

Conforme a la información analizada previamente pudiera parecer que la inversión presupuestal en el sector turístico en Puebla no es una prioridad (4.7%), sin embargo, dentro de la misma línea de “desarrollo social” (\$49,109.6 mdp), podemos observar que: “comunicaciones” recibe un 14.5% y “transporte” el 63.2%, siendo que ambos coadyuvan de cierta manera a la atracción turística. En cuanto a educación, la inversión alcanza el 74.2% de los \$5,769.8 mdp considerados para “desarrollo económico”. (Estado de Puebla, Gobierno, 2017) La inversión anteriormente mencionada tanto en turismo como en educación refleja la importancia que ambos indicadores representan para el Estado; sobre la recuperación de dicha inversión, se proponen alternativas de captación de turistas estudiantiles aprovechando los recursos electrónicos que nos mantienen a la vanguardia de la globalización. Además del presupuesto asignado al Estado, si se considera la inversión a nivel federal, para la educación de nivel superior en el sector público, las Universidades Tecnológicas y Politécnicas (UTyP) reciben aportaciones para infraestructura, capacitación e incluso para la apertura de nuevas universidades, siendo una de ellas del Estado de Puebla. (Nieto, 2016).

México se preocupa por la movilidad estudiantil, y lo demuestra mediante el acercamiento de los sectores empresarial y académico a otros países, realizando convenios con la Secretaría de Educación Pública (SEP) y aumentando la oferta de becas para diferentes estudios dentro de la nación. (Nieto, 2016) De manera bilateral, es importante considerar el aspecto turístico dentro de la captación de estudiantes tanto nacionales como extranjeros. Para promover el valor de México en el mundo, el Gobierno de la República, mantiene como prioridad su proyección como un destino privilegiado para el comercio y la inversión, participando en diferentes eventos (reuniones con altos directivos de otros países, foros y cumbres tanto de negocios como empresariales).

Puebla también se manifiesta a favor de la captación del turismo educativo al inscribirse en la “Red de Ciudades Creativas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura”. Este Estado es un atractivo cultural gracias a la inversión que el actual gobernador Antonio Gali Fayad y su antecesor Rafael Moreno Valle, realizaron en materia de atractivos deportivos, culturales y turísticos. Tanto es el interés por reflejar su pertinencia, que se ha nombrado “Capital del Diseño” a su ciudad principal.

Aunado a la riqueza gastronómica, cabe destacar que el pasado 24 de marzo, se le otorgó a Puebla la denominación de origen del mezcal, de esta manera se constituye como el segundo estado del país con más localidades integradas a esta certificación (116 municipios poblanos). Estos son sólo algunos de los ejemplos del por qué Puebla puede ser considerado uno de los estados ideales para la atracción turística, especialmente para jóvenes que vienen a estudiar e intercambiar aspectos culturales.

Emanado del análisis antes mencionado, se manejan algunas propuestas para aprovechar las redes sociales como recurso de captación de estudiantes nacionales e internacionales que optimicen costos de publicidad y alcancen una mayor cobertura.

Al ser Facebook la red más popular, se puede crear un perfil del modelo de universidades tecnológicas a nivel internacional con una liga dentro de la página oficial de la Coordinación Nacional de Universidades Tecnológicas y Politécnicas (CGUTyP) que incluya grupos de temas específicos en diferentes idiomas. Con ello se fomentaría el intercambio cultural educativo a nivel internacional y la atracción hacia nuestro país.

En cuanto al uso de WhatsApp por ser el software principal de los dispositivos móviles; una vez captados grupos estudiantiles en nuestro estado, podría usarse creando conversaciones de grupos de estudiantes y docentes para moverse en la ciudad de Puebla, mantener la unión y la seguridad de saber en dónde se encuentra cada integrante.

Referencias

(DATATUR), S. N. (7 de abril de 2017). DATATUR. Recuperado el 7 de abril de 2017, de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Alba Pastor, C., Zubillaga del Río, A., & Sánchez Serrano, J. M. (2015). Tecnologías y Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA): experiencias en el contexto universitario e implicaciones en la formación del profesorado. *RELATEC Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 89-100.

Atillo. El portal de los estudiantes. (2016). atillo.com. Recuperado el 17 de marzo de 2017, de <http://www.atillo.com/universidades/mexico/de/puebla.asp>

Alvarez, J. (13 de junio de 2015). Recuperado el 13 de abril de 2017, de Un Mundo Conectado pero Desconectado: <http://laopiniondehouston.com/news/un-mundo-conectado-pero-desconectado/>

Asociación Mexicana de Internet, A. (2015). 11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015. Recuperado el 7 de abril de 2017, de https://amipci.org.mx/images/AMIPCI_HABITOS_DEL_INTERNAUTA_MEXICANO_2015.pdf

Asociación Mexicana de Internet, A. (mayo de 2016). 12° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016 . Recuperado el 7 de abril de 2017, de https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

Asociación Mexicana de Internet, A. (2016). 1er Estudio de Educación en Línea en México 2016. Recuperado el 7 de abril de 2017, de https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_de_Educacion_en_Linea_2016.pdf

Barolo, M. (2007). Enseñanza de español como turismo cultural virtual. II Congreso la red como espacio de colaboración, del 23 al 29 de octubre. Nebrija, España: Facultad de lenguas aplicadas y humanidades.

Buligina, I., Sloka2, B., Dzelme3, J., Tora, G., & Kantāne, I. (2014). CHANGING THE MANAGEMENT PARADIGM OF EDUCATION. 8th. International Scientific Conference “Business and Management 2014” , 700-708.

DATATUR. (septiembre de 2016). Compendio Estadístico del Turismo en México 2015. Recuperado el 7 de abril de 2017, de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

Estado de Puebla, Gobierno;. (2017). Presupuesto Ciudadano 2017. Recuperado el 7 de abril de 2017, de <http://www.presupuestociudadano.puebla.gob.mx/>

INEGI. (2016). Estadísticas a propósito del Día Mundial de Internet (27 de mayo). Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Millet, O. F. (2011). Turismo educativo. En O. F. Millet, La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing (pág. 50). España: Universidad de Málaga (UMA), Grupo EUMEDNET.

Nieto, E. P. (2016). 4to. Informe de Gobierno (2015-2016). Presidencia de la República. México: Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos.

Notimex. (2016). Puebla, con gran número de universidades y calidad educativa. México: 20minutos.

Ramírez, A. M. (2015). Tipos de Investigación. En A. M. Ramírez, Diseño de Investigación. El coaching metodológico como estrategia. (págs. 92-93). Ciudad de México: Ediciones La Biblioteca S.A. de C.V.

Reyes Ramos, O. (2013). Nuevas Tendencias en el Negocio Electrónico. Estados Unidos: Palibro.

Rico, R. E. (2015). La movilidad internacional por razones de estudio: Geografía de un fenómeno global. Scielo, ISSN 1665-8906.

Sandí Delgado, J. C., & Hidalgo Arias, K. (2013). Construcción de nuevos escenarios educativos y pedagógicos a partir del turismo educativo. XIII Jornadas & Congreso Internacional del Maestro Investigador, 425-441.

TecnoHotel. (2015). TecnoHotel Claves para los Líderes del Turismo. Recuperado el 7 de abril de 2017, de <https://www.tecnohotelnews.com/2017/03/europa-copara-el-40-del-turismo-mundial-en-2030-segun-la-omt/#>

Yüzen, A., & Karamete, A. (2016). Computer Assisted Educational Material Preparation for Fourth Grade Primary. European Journal of Contemporary Education, 2016, Vol. (15), Is. 1, 94-104.