

**APRENDIZAJE SOCIAL Y ASPIRACIONES
LABORALES EN ESTUDIANTES DE TURISMO:
UN ESTUDIO CULTURAL DESDE LA TEORÍA
DE BANDURA EN UN DESTINO EMERGENTE.
SOCIAL LEARNING AND CAREER
ASPIRATIONS IN TOURISM STUDENTS: A
CULTURAL STUDY FROM BANDURA THEORY
IN AN EMERGING DESTINATION.**

IVÁN LORENTE RODRÍGUEZ¹

Universidad Católica de Murcia (UCAM)

GINESA MARTINEZ DEL VAS²

Universidad Católica de Murcia (UCAM)

MIGUEL PUIG CABRERA³

Universidad de Sevilla

FRANCISCO ORGAZ AGÜERA⁴

Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

RESUMEN

El presente artículo analiza las diferencias sobre la percepción del grado en Turismo entre el alumnado del grado y el tejido empresarial hotelero de la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana. Para ello, se toman en cuenta las aspiraciones profesionales de los estudiantes a través de su experiencia como alumnos mediante 329 encuestas que recopilan sus percepciones sobre el grado, su funcionalidad y el valor de los conocimientos adquiridos en el mercado laboral, y se contrastan con las valoraciones de los principales directores de hotel de la ciudad recopiladas en entrevistas personales y semiestructuradas. Tomando en cuenta las divergencias entre las expectativas, la prioridad de competencias y el realismo laboral, el texto propone la teoría de Bandura (1977) como marco explicativo para entender cómo los modelos observacionales crean puentes que fomentan la construcción de aspiraciones profesionales.

Palabras clave: Bandura; Aprendizaje; Aspiraciones; Turismo; Competencias.

Fecha de Recepción: 8 de noviembre de 2025 Fecha de Aceptación: 27 de diciembre 2025

¹ llorente2@alu.ucam.edu Orcid id. <https://orcid.org/0009-0009-1684-8114>

² gmvas@ucam.edu Orcid id. <https://orcid.org/0000-0002-2713-0636>

³ mpuig2@us.es Orcid id. <https://orcid.org/0000-0003-4524-9830>

⁴ francisco.orgaz@unir.net Orcid id. <https://orcid.org/0000-0002-4240-8640>

ABSTRACT

This article analyzes the differences in perception of the degree in Tourism between students and the hotel business community in the city of Santiago de los Caballeros, Dominican Republic. To this end, the professional aspirations of students are taken into account through their experience as students by means of 329 surveys that gather their perceptions of the degree, its functionality, and the value of the knowledge acquired in the labor market, and these are contrasted with the assessments of the city's leading hotel managers gathered in personal and semi-structured interviews. Taking into account the divergences between expectations, the priority of skills, and labor realism, the text proposes Bandura's theory (1977) as an explanatory framework for understanding how observational models create bridges that foster the construction of professional aspirations.

Keywords: Bandura; Learning; Aspirations; Tourism; Skills.

1. Introducción.

Las empresas cada vez valoran más perfiles flexibles, multilingües, con habilidades interpersonales y experiencia práctica, pero los programas de formación universitaria suelen mantener un enfoque excesivamente teórico y desactualizado respecto a las dinámicas actuales del turismo urbano (Padiella-Delgado et al., 2024). Esta falta de sintonía entre educación superior y tejido productivo contribuye a dificultar la inserción laboral de los egresados y limita el potencial de los destinos emergentes para consolidarse como polos de desarrollo turístico (Fernández-Villarán et al., 2024). En este contexto, resulta imprescindible considerar que el turismo, además de ser un sector económico relevante, es un espacio de reproducción y transformación cultural (Jackman, 2022). Así, la familia, los referentes sociales, los medios de comunicación y los modelos de éxito observados en su entorno son muy relevantes para la configuración de sus expectativas y trayectorias profesionales (Laurisz et al., 2024). De esta manera, es necesario comprender cómo se construyen estas aspiraciones, lo que requiere una mirada atenta a las dinámicas culturales y simbólicas que median todo proceso de elección profesional en el ámbito turístico.

Pese a su relevancia, la investigación académica sobre estas cuestiones es todavía escasa. Las aproximaciones predominantes al estudio del turismo han priorizado las dimensiones económicas, ambientales o estratégicas, relegando a un segundo plano las dimensiones socioculturales y subjetivas (Fernández-Villarán et al., 2024). En particular, existe un vacío de estudios que exploren la construcción de aspiraciones profesionales mediante la aplicación de marcos teóricos, como la teoría del aprendizaje social de Bandura (Bandura, 1977; Bandura y Walters, 1977), que sostiene que las personas aprenden observando e interactuando con su entorno social, internalizando modelos, normas y valores que configuran sus expectativas y comportamientos futuros.

Partiendo de esta brecha, este estudio se plantea una pregunta central: ¿cómo construyen los estudiantes universitarios de turismo sus aspiraciones profesionales mediante procesos de aprendizaje social en un destino urbano emergente? De ella se derivan dos objetivos específicos: (1) identificar los modelos observacionales y la forma en que influyen en sus aspiraciones; y (2) proponer estrategias formativas coherentes con las necesidades reales del sector. La elección de la teoría del aprendizaje social se justifica porque, por un lado, esta teoría indica que las personas aprenden observando e imitando modelos significativos y, por otro lado, que la evaluación de las consecuencias de dichas conductas determina su retención y reproducción (Rumjaun y Narod, 2025). En este contexto, el presente artículo se centra en un análisis de cómo los estudiantes universitarios de turismo desarrollan sus aspiraciones profesionales a través de procesos de aprendizaje social. El estudio se ha desarrollado en Santiago de los Caballeros (República Dominicana), un destino emergente caribeño que ha experimentado en los últimos años un notable crecimiento como destino turístico urbano. A tal fin, se ha empleado una metodología mixta, combinando encuestas a estudiantes con entrevistas a empleadores del sector, lo que permite capturar tanto las tendencias generales como las particularidades y matices del fenómeno estudiado.

2. Marco Teórico.

2.1. El aprendizaje social como proceso de construcción de aspiraciones profesionales.

La Teoría del Aprendizaje Social (Bandura, 1977; Bandura y Walters, 1977) sostiene que los individuos adquieren conocimientos, competencias y aspiraciones a través de la observación de modelos en su entorno, mediante un proceso que integra componentes cognitivos, conductuales y ambientales en lo que se conoce como “causalidad recíproca triádica” (Bandura, 1986). Este modelo postula que las personas, por un lado, aprenden observando, pero, por otro lado, internalizan y reproducen comportamientos en función de su contexto social, siendo esto especialmente relevante en la formación de aspiraciones profesionales.

El proceso de aprendizaje social se articula en cuatro fases fundamentales: atención, retención, reproducción y motivación (Bandura, 1977, 1986). En primer lugar, la atención requiere que los individuos focalicen su interés en los modelos que perciben como relevantes, lo que suele estar mediado por atributos como la competencia percibida, el estatus y la accesibilidad del modelo (Rumjaun y Narod, 2025). En el ámbito de la formación profesional en turismo, este proceso se manifiesta en la observación de docentes, egresados o profesionales reconocidos que encarnan los ideales de éxito laboral (Albrecht et al., 2022).

La segunda fase, la retención, implica la codificación cognitiva de los comportamientos observados, que luego podrán ser reproducidos. Esto indica que los estudiantes no retienen pasivamente, debido a que estos reinterpretan los modelos observados conforme a sus propios marcos culturales y experiencias previas (Ahmed et al., 2025).

La tercera fase, la reproducción, se refiere a la capacidad del individuo para poner en práctica lo aprendido, adaptando las conductas observadas a sus propios recursos y oportunidades. En este sentido, las prácticas preprofesionales, las pasantías y las experiencias laborales iniciales son fundamentales para facilitar la reproducción de los modelos observados (Kosar, 2023). Finalmente, la motivación determina la probabilidad de que el individuo continúe imitando el comportamiento observado. Esta se ve influida por los refuerzos directos, vicarios y autogenerados, así como por las expectativas de autoeficacia, entendida como la creencia en la propia capacidad para alcanzar las metas deseadas (Kosar, 2023).

La elección de la Teoría del Aprendizaje Social se fundamenta en que nuestro objetivo es comprender cómo los estudiantes construyen sus aspiraciones observando e imitando modelos significativos en su entorno. Otras corrientes, como la Teoría de la Carrera Cognitiva Social (SCCT, por sus siglas en inglés: Social Cognitive Career Theory) de Lent et al. (1994) o la Teoría de Decisión de Carrera basada en el aprendizaje social de Krumboltz (1976), introducen variables como la autoeficacia, las expectativas de resultado y la exploración profesional, y han demostrado utilidad para explicar la elección de carrera en estudios recientes (Pham et al., 2024). Sin embargo, dichas teorías se centran en la autoeficacia y la exploración individual, mientras que nuestro estudio analiza específicamente el proceso observacional y la transmisión de normas a través de modelos. Aun así, investigaciones recientes sobre desafección laboral entre las generaciones Y y Z evidencian que la autoeficacia y el equilibrio entre demandas y recursos laborales influyen en la motivación (Saraiva y Nogueiro, 2025).

Por lo tanto, la teoría del aprendizaje social ofrece un marco explicativo para comprender cómo los estudiantes de turismo construyen sus aspiraciones profesionales a partir de los modelos observados en su entorno académico y profesional, proceso que se encuentra inevitablemente mediado por factores culturales y sociales. Esta teoría se completa con dos conceptos clave. Por un lado, el determinismo recíproco y, por otro lado, la autoeficacia. El primero alude a que el comportamiento, los factores personales (cognitivos y afectivos) y las condiciones ambientales interactúan de manera bidireccional (Bandura, 1978). El segundo concepto, la autoeficacia percibida, se define como la creencia en la propia capacidad para alcanzar un objetivo (Etherton et al., 2022).

Actualmente, esta teoría de Bandura sigue siendo debatida. Por ejemplo, una revisión de 2024 señala que algunos autores consideran que la teoría se centra en exceso en la observación y descuida factores innatos como las predisposiciones genéticas (Widodo y Astuti, 2024), sin embargo, Bandura (1986) reconoce la importancia de los estados internos. Estudios recientes (Egele et al., 2025) siguen aplicando esta teoría para seguir analizando comportamientos y conductas. Sin embargo, la teoría ha sido criticada por no integrar algunas dimensiones en un esquema verificable (Beyera et al., 2022) y, por esta razón, este estudio genera implicaciones prácticas alimentando esta teoría con nuevas variables (ver figura 2).

2.2. Cultura profesional y modelos observacionales en la industria turística.

La construcción cultural de los ideales profesionales responde a un entramado de normas, valores y expectativas que se consolidan a partir de las prácticas observadas en los contextos educativos, laborales y sociales (Li et al., 2024). En la industria turística, estos ideales se vinculan de forma estrecha con atributos como la calidad del servicio, la atención personalizada, la presencialidad, la hospitalidad y la actitud profesional, los cuales son percibidos como elementos indispensables para el éxito en un sector orientado a la satisfacción del cliente (Tsang, 2011). Así, la profesionalidad en turismo incluye competencias técnicas, disposiciones culturales y comportamentales que se transmiten y refuerzan mediante modelos observacionales significativos (Li, 2024), tales como docentes, supervisores, empresarios del sector y compañeros de trabajo. Estos modelos proporcionan referentes sobre qué conductas son esperables, deseables o incluso premiadas dentro del entorno profesional (Upchurch, 2025).

Asimismo, el contacto directo con profesionales del sector, tanto en prácticas como en entornos laborales, fomenta los estereotipos y expectativas sobre la presencialidad como valor cultural esencial, especialmente en servicios hoteleros, de restauración y hospitalidad (Yu y Lee, 2014). Esta cultura profesional destaca la actitud positiva, la resiliencia ante las exigencias del cliente, la disposición al servicio y la adaptabilidad como cualidades distintivas del “buen profesional” (Yu y Lee, 2014). Además, las expectativas culturales sobre la prestación de servicios siguen ancladas en códigos de comportamiento tradicionales, donde el contacto cara a cara, la cortesía, la empatía y la capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente constituyen componentes clave del ideal profesional (Li, 2024).

2.3. Tensiones generacionales y contextuales en la hotelería urbana.

El sector de la hotelería urbana enfrenta actualmente tensiones generacionales derivadas de las diferencias en las expectativas, valores y comportamientos entre las generaciones más jóvenes, especialmente Millennials y Gen Z, y las estructuras organizacionales tradicionales que predominan en este ámbito (Cismaru y Iunius, 2019). Estas nuevas generaciones valoran la sostenibilidad, la flexibilidad laboral y las oportunidades de desarrollo personal, pero las culturas organizativas del sector hotelero suelen estar ancladas en modelos jerárquicos rígidos y en prácticas centradas en la presencialidad y la obediencia a normas establecidas (Minazzi y Grechi, 2025). En este contexto, los directivos suelen priorizar la estabilidad y el cumplimiento de estándares operativos tradicionales, pero las nuevas generaciones buscan entornos laborales que reconozcan sus valores, sus inquietudes ambientales y su necesidad de conciliación (Vorster, 2022). Esta diferencia ha derivado en altos niveles de rotación y dificultades para atraer y retener talento joven, especialmente en ciudades donde el turismo urbano exige servicios innovadores y adaptados a perfiles más diversos (Cismaru y Iunius, 2019).

Además, a literatura apunta a que las generaciones más jóvenes valoran la flexibilidad y la innovación, pero es necesario reconocer que el sector hotelero urbano tiene una fuerte orientación al servicio presencial (Cismaru y Iunius, 2019). Estudios recientes indican que los estudiantes de turismo de la generación Z prefieren una combinación de horarios fijos y flexibles y, aunque están abiertos a retos dinámicos, siguen valorando el trabajo in situ y las tareas rutinarias propias del sector (Engström et al., 2025). Asimismo, estudios sobre la desafección laboral de las generaciones Y y Z sugieren que la ausencia de opciones de teletrabajo y horarios flexibles contribuye a la desmotivación, pero destacan que tales modalidades sólo son viables en funciones de apoyo (reservas, marketing digital), de modo que la demanda de flexibilidad debe matizarse atendiendo a la naturaleza eminentemente presencial de la hospitalidad (Saraiva y Nogueiro, 2025).

3. Metodología.

3.1. Diseño de investigación.

El diseño metodológico de este estudio es de tipo mixto, integrando un enfoque cuantitativo-descriptivo y un enfoque cualitativo-interpretativo. Esta combinación metodológica ha permitido abordar el fenómeno de estudio desde una perspectiva integral, proporcionando tanto datos cuantificables sobre las aspiraciones, competencias y motivaciones de los estudiantes universitarios de turismo, como una comprensión más profunda de las percepciones, experiencias y valoraciones de los empleadores y actores clave del sector turístico urbano de Santiago de los Caballeros. El enfoque cuantitativo ha facilitado la identificación de patrones, tendencias y brechas a través de cuestionarios estructurados, mientras que el enfoque cualitativo ha permitido captar los matices culturales, las tensiones generacionales y las dinámicas profesionales mediante entrevistas semiestructuradas. De esta forma se obtiene una visión holística que, en primer lugar, describe el estado actual del fenómeno y, en segundo lugar, permite interpretar los procesos sociales y culturales que influyen en la construcción de las aspiraciones profesionales en el ámbito del turismo urbano emergente.

3.2. Diseño de los instrumentos y procedimiento de aplicación

El primer instrumento utilizado en este estudio fue un cuestionario dirigido a estudiantes de turismo, aplicado a una muestra de 329 estudiantes procedentes de las tres principales universidades que imparten la carrera de turismo en Santiago de los Caballeros: OyM (Organización y Método), PUCMM (Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra) y UTESA (Universidad Tecnológica de Santiago). El cuestionario estuvo conformado por 19 ítems, organizados en bloques temáticos que permitieron recopilar información relevante sobre aspectos sociodemográficos, aspiraciones profesionales, competencias valoradas (teóricas, técnicas y actitudinales), motivaciones personales y percepciones sobre la calidad y pertinencia de la formación recibida. Los ítems fueron elaborados tomando como referencia estudios previos sobre

competencias en el ámbito del turismo y la hospitalidad (Atstaja y Dambe, 2013; Kusluvan y Kusluvan, 2000). Este cuestionario se aplicó durante los meses de enero a marzo de 2025. La selección de participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, procurando la representatividad de las principales universidades que ofrecen la carrera de turismo en la ciudad. Todos los estudiantes fueron informados del objetivo del estudio y confirmaron de forma voluntaria participar en el estudio. Previamente a la aplicación del cuestionario, se efectuó un pre-test con 8 estudiantes para ajustar la redacción de los ítems.

La aplicación de los cuestionarios se realizó online, pero se acudió de manera presencial a las aulas para explicar los objetivos e incentivar, voluntariamente, la participación de los estudiantes. Para completarlo, se habilitó Google Forms, configurada para obligar a responder todos los ítems antes del envío, a excepción del perfil sociodemográfico. En todo momento se informó a los participantes sobre la confidencialidad de la participación. El cuestionario se incorpora como Anexo I.

El segundo instrumento fue dirigido a empleadores del sector hotelero, aplicado a cuatro directivos de hotel de reconocidas cadenas internacionales, durante el periodo comprendido entre los meses de septiembre a marzo de 2025. Los cuatro empleadores fueron seleccionados de cadenas hoteleras que operan en la ciudad. Se empleó un muestreo intencional, priorizando directivos con experiencia en reclutamiento y formación. Las entrevistas semiestructuradas fueron grabadas previa autorización, transcritas de forma anónima y codificadas siguiendo las recomendaciones éticas de la investigación cualitativa. Estas entrevistas fueron diseñadas para profundizar en aspectos cualitativos relacionados con las competencias profesionales, los modelos observacionales percibidos por los estudiantes, la adecuación de la formación universitaria a las necesidades reales del mercado laboral y las tensiones existentes entre la cultura académica y la cultura organizacional del turismo urbano.

3.3. Análisis de datos

El análisis de los datos cuantitativos se llevó a cabo mediante técnicas de estadística descriptiva, utilizando los programas SPSS y Python. El propósito de este análisis fue identificar y describir las principales tendencias y patrones relacionados con las aspiraciones profesionales, las competencias valoradas (teóricas, técnicas y actitudinales) y las motivaciones de los estudiantes de turismo. Mediante SPSS se calcularon frecuencias absolutas y relativas, medias y desviaciones estándar. Por su parte, mediante Python se identificaron y categorizaron las principales temáticas emergentes relacionadas con los modelos observacionales percibidos por los estudiantes, la cultura profesional en el ámbito del turismo y las barreras que dificultan la alineación entre formación universitaria y mercado laboral. El análisis de las entrevistas también fue realizado con Python. Finalmente, los resultados cuantitativos y cualitativos fueron integrados mediante triangulación metodológica.

4. Resultados.

4.1. Aspiraciones profesionales y competencias valoradas por estudiantes

La tabla 1 presenta la muestra analizada presenta un perfil sociodemográfico mayoritariamente femenino (76.6%) y joven, con un 88.4% de los participantes entre 18 y 24 años.

Tabla 1.
Perfil sociodemográfico de la muestra.

Ítem	N	%
Género	329	100
<i>Masculino</i>	77	23,4
<i>Femenino</i>	252	76,6
Edad	329	100
<i>18-24</i>	291	88,4
<i>25-34</i>	32	9,7
<i>35-44</i>	3	0,9
<i>45-54</i>	1	0,3
<i>55 o más</i>	2	0,6
Nivel de cualificación	329	100
<i>Estudiante universitario</i>	292	88,8
<i>Graduado universitario</i>	13	4,0
<i>Postgrado</i>	2	0,6
<i>Sin titulación</i>	7	2,1
<i>Técnico</i>	15	4,6
Universidad a la pertenece	262	100
<i>OyM</i>	26	9,92
<i>PUCMM</i>	136	51,91
<i>UTESA</i>	100	38,17
Puesto de trabajo	169	100
<i>Autónomo/Freelance</i>	25	14,79
<i>Trabajo de responsabilidad en el sector</i>	15	8,88
<i>Trabajo de responsabilidad fuera del sector</i>	25	14,79
<i>Trabajo en prácticas no remuneradas</i>	10	5,92
<i>Trabajo en prácticas remuneradas</i>	15	8,88
<i>Trabajo estándar en el sector</i>	39	23,08
<i>Trabajo estándar fuera del sector</i>	40	23,67
Salario medio quinquenal	167	100
<i>Menos de RD\$5,000.00</i>	14	8,38
<i>De RD\$5,001.00 – RD\$10,000.00</i>	58	34,73
<i>De RD\$10,001 a RD\$15,000.00</i>	27	16,17
<i>De RD\$15,001 a RD\$20,000.00</i>	38	22,75
<i>Más de RD\$20,000.00</i>	30	17,96
Antigüedad laboral en su último trabajo	177	100
<i>Menos de un mes</i>	13	7,34
<i>De uno a tres meses</i>	23	12,99
<i>De cuatro a seis meses</i>	22	12,43
<i>De siete meses a un año</i>	35	19,77
<i>De un año y un día, a cinco años</i>	69	38,98
<i>Más de cinco años</i>	15	8,47
Segundo trabajo	281	100
<i>Sí</i>	27	9,61
<i>No</i>	254	90,39

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al nivel de cualificación, el 88.8% son estudiantes universitarios, mientras que apenas un 4.0% son graduados y un 0.6% tiene formación de postgrado. La mayoría proviene de la PUCMM (51.91%), seguida de UTESA (38.17%) y OyM (9.92%). En relación

con su situación laboral, predominan los trabajos estándar tanto dentro (23.08%) como fuera del sector (23.67%), aunque también destaca la presencia de trabajos autónomos y de responsabilidad fuera del sector (14.79% cada uno). El salario medio quinquenal se concentra en un 34.73% para el intervalo entre RD\$5,001 y RD\$10,000 [1€ = RD\$74.00], y en menor medida entre RD\$15,001 y RD\$20,000 (22.75%). En términos de antigüedad laboral en su último empleo, el 38.98% ha trabajado entre uno y cinco años, y el 19.77% entre siete meses y un año. Finalmente, solo el 9.61% de los encuestados declaró tener un segundo trabajo.

Los participantes ordenaron diferentes tipos de competencias según su importancia para desempeñar un cargo en una empresa hotelera. La tabla 2 muestra la media del orden asignado y su desviación estándar. Los valores más bajos indican que los estudiantes consideran esas competencias más prioritarias. La experiencia laboral y el dominio de idiomas fueron las prioridades más altas, seguidas de las competencias técnicas y la titulación. Las competencias actitudinales y los conocimientos teóricos ocuparon las posiciones más bajas. Por lo tanto, los estudiantes perciben que la inserción laboral depende, ante todo, de haber trabajado previamente y de poder comunicarse en diferentes idiomas, mientras que la titulación o la teoría no garantizan por sí mismas la empleabilidad. Sin embargo, la juventud de la muestra (88,4 % entre 18 y 24 años) sugiere que muchas aspiraciones se basan más en idealizaciones que en experiencias laborales previas y esto, a su vez, refuerza la importancia de la autoeficacia vicaria (Harb et al., 2024).

Tabla 2.
Valoración de las competencias.

Competencia valorada	Media del orden (1 = más importante)	Desviación estándar
Experiencia laboral	2.84	1.57
Idiomas	2.96	1.67
Competencias técnicas	3.15	1.52
Titulación	3.23	1.65
Competencias actitudinales	3.36	1.65
Conocimientos teóricos	3.58	1.59

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 3 se muestra la media y la desviación estándar de las puntuaciones otorgadas por los estudiantes a cada grupo de competencias (saber, saber hacer y saber ser) en una escala de 1 a 5. Los resultados muestran que las competencias mejor valoradas por los estudiantes corresponden al saber ser, con una media general de 3,49 y una desviación estándar de 0,66, destacando especialmente la atención al cliente (3,60) y la orientación al cliente (3,50). Le sigue el saber hacer con una media de 3,29, impulsada principalmente por la gestión de operaciones (3,38). Por último, las competencias del saber obtienen una media de 3,20, reflejando una percepción menor de relevancia en conocimientos teóricos como legislación y geografía

turística. Estos datos confirman una preferencia clara hacia las habilidades actitudinales y prácticas por parte del estudiantado. Adicionalmente, se realizaron pruebas t para comparar las medias de las competencias “saber”, “saber hacer” y “saber ser” entre hombres y mujeres, no obstante, los datos de las medias y los valores p (entre 0,79-0,88) indican que no hay diferencias estadísticamente significativas por género. También se realizó un análisis de varianza (ANOVA) para cada categoría de competencias y tanto en “saber” como “saber hacer” las diferencias entre universidades no fueron significativas ($p > 0,27$), pero en “saber ser” sí se detectó una diferencia ($p\text{-value} = 0,024$). En este contexto, PUCMM obtuvo la media más alta (3,63), seguida de OyM (3,52) y UTESA (3,42). El hecho de que la PUCMM obtenga la media más alta en “saber ser” puede estar relacionado con una cultura institucional orientada al servicio y con programas que promueven la interacción temprana con el sector turístico. En cambio, los resultados de UTESA podrían reflejar que sus programas son más técnicos y menos centrados en habilidades blandas. No obstante, estas diferencias podrían sugerir la necesidad de que cada institución revise sus planes de estudio y considere la integración de modelos observacionales efectivos.

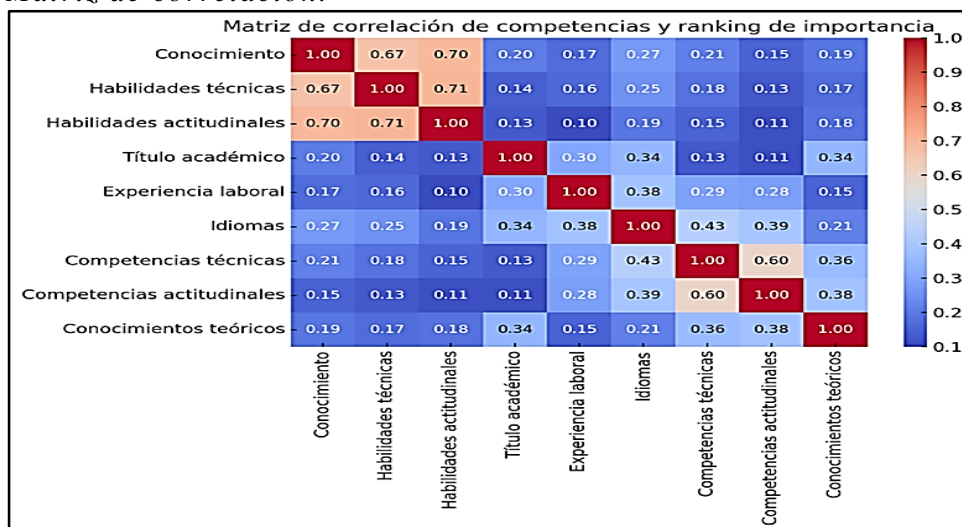
Tabla 3.
Categoría de competencia.

Categoría de competencia	Media	Desviación estándar
Saber (conocimientos teóricos)	3,20	0,76
<i>Legislación turística</i>	3,20	0,75
<i>Geografía turística</i>	3,20	0,78
Saber hacer (competencias técnicas)	3,29	0,74
<i>Análisis de datos</i>	3,20	0,76
<i>Gestión de operaciones</i>	3,38	0,73
Saber ser (competencias actitudinales)	3,49	0,66
<i>Atención al cliente</i>	3,60	0,65
<i>Orientación al cliente</i>	3,50	0,67
<i>Adaptabilidad intercultural</i>	3,45	0,62
<i>Trabajo en equipo</i>	3,40	0,70

Fuente: elaboración propia.

Para visualizar las relaciones entre las puntuaciones medias de competencias y el orden de importancia de cada tipo de competencia se elaboró un heatmap de correlaciones con Python (figura 1), donde se pueden apreciar tres patrones. En primer lugar, las puntuaciones de “saber”, “saber hacer” y “saber ser” están moderadamente correlacionadas entre sí ($r = 0,67-0,70$), lo que indica que quienes valoran alto una dimensión tienden a valorar alto las demás. En segundo lugar, las correlaciones entre las puntuaciones y el orden de importancia de las competencias son bajas ($r < 0,27$), lo cual reafirma que valorar mucho una competencia no implica necesariamente colocarla en los primeros puestos del ranking. En tercer lugar, las categorías del ranking se correlacionan entre sí de forma moderada. Por ejemplo, “competencias actitudinales” y “conocimientos teóricos” tienen una correlación de 0,38, lo que sugiere que quienes relegan las actitudes también relegan la teoría.

Figura 1.
Matriz de correlación.



Fuente: elaboración propia.

También se aplicó un algoritmo K-means (k=3) a las puntuaciones medias de “saber”, “saber hacer” y “saber ser” para identificar perfiles de estudiantes. La visualización mediante análisis de componentes principales se muestra en la tabla 4.

Tabla 4.
Resultados del cluster.

Cluster	Saber	Saber hacer	Saber ser	Tamaño
0	3.44	3.51	3.59	111
1	3.27	3.37	3.47	124
2	3.00	3.23	3.27	33

Fuente: elaboración propia.

El análisis de clúster reveló tres grupos bien diferenciados entre los estudiantes, en función de sus valoraciones sobre las competencias profesionales. El primer clúster (0), que agrupa a los estudiantes más orientados al mercado laboral, valora de forma elevada las competencias actitudinales, especialmente la atención al cliente y el trabajo en equipo, mostrando además una percepción positiva sobre su preparación práctica. El segundo clúster (2) está compuesto por estudiantes con un perfil más académico, quienes otorgan mayor importancia a los conocimientos teóricos como la legislación y la geografía turística, aunque presentan menores niveles de autoconfianza y orientación a la inserción inmediata. Finalmente, el tercer clúster (1) refleja un grupo mixto, que combina valoraciones intermedias y un interés por mejorar tanto en habilidades prácticas como en idiomas y tecnología. En este contexto, el clúster académico presenta las puntuaciones más bajas de autoeficacia y menor orientación a la inserción inmediata, y este patrón coincide con la idea de que la autoeficacia se fortalece con logros de ejecución y experiencias prácticas (Bandura, 2023). Por lo tanto, esta segmentación sugiere que no existe un perfil único de estudiante de turismo, debido a que coexisten distintas formas de construir

aspiraciones y prioridades formativas, y esto podría estar vinculado a la necesidad de un currículo flexible y adaptativo.

Por último, se analizó el tipo de formación que consideran más eficaz, y casi la mitad eligió la capacitación en el trabajo (47,4%), seguida de la formación universitaria (32,5%) y la formación técnica (17,1%). Esta preferencia por el aprendizaje experiencial está alineada con la importancia concedida a la experiencia laboral. En términos de autopercepción, más del 77% declaró estar “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con ser capaces de identificar los conocimientos y destrezas adquiridos. Asimismo, cerca del 68% considera que tiene una ventaja competitiva para insertarse en la industria hotelera, y el 66% percibe que la formación recibida cumple con los requerimientos del sector.

4.2. Brechas percibidas por empleadores

Las entrevistas realizadas a directivos de cadenas internacionales (AC Hotel, Hodelpa, Residence Inn by Marriott y Camp David) indican una desconexión significativa entre las expectativas de los estudiantes y las necesidades reales de la hotelería. El gerente del AC Hotel destaca que “los graduados llegan con expectativas poco realistas, deseando ascensos rápidos y horarios flexibles que no se ajustan a un sector que opera 24 horas al día”. Para él, “los jóvenes tienden a valorar la virtualidad e incluso proponen ser “camareros virtuales”, lo cual muestra desconocimiento del servicio presencial”. Los empleadores coinciden en que las habilidades actitudinales y la disposición al servicio son más determinantes que la teoría. El entrevistado de AC Hotel insiste en que, pese a la tecnología, “el servicio personalizado sigue siendo insustituible”. La entrevistada de Hodelpa califica con 5/5 competencias como la responsabilidad social, la orientación al cliente y el trabajo en equipo, mientras que otorga menor relevancia a la teoría y señala que “los recién graduados requieren capacitación interna”. El entrevistado de Residence Inn describe el grado en turismo como amplio pero superficial, y afirma que “no es obligatorio poseer el título para trabajar en un hotel” y que “la experiencia laboral y los idiomas son los factores más decisivos”.

También se mencionan deficiencias concretas. Por ejemplo, el dominio insuficiente del inglés y de sistemas de reservas, falta de especialización en gestión de eventos y ausencia de competencias técnicas inmediatas, como el manejo de tecnologías y la analítica de datos. En este contexto, la adopción de la tecnología en la gestión hotelera incluye aspectos como la inteligencia artificial, competencias analíticas y manejo de datos (Henriques y Pereira, 2024). Además, la falta de sinergia entre universidad y empresa emerge como un problema transversal. El entrevistado de Residence Inn también critica que las universidades no hacen seguimiento de sus egresados ni adaptan el currículo a las necesidades del mercado, mientras que el entrevistado de Camp David denuncia que “la universidad no está en mi cabeza para nuestras necesidades”. Todos los empleadores proponen un modelo de formación dual con prácticas supervisadas desde los primeros años, actualización curricular cada cuatro o cinco años y una mayor

cooperación universidad-empresa. Asimismo, se propone reevaluar el currículo de turismo cada 4 o 5 años máximo.

Con base a los resultados anteriores se puede resaltar que la discrepancia entre lo que los estudiantes esperan y lo que las empresas requieren puede interpretarse a la luz del aprendizaje social. En este contexto, cuando los estudiantes carecen de modelos cercanos que muestren trayectorias de crecimiento realistas, es probable que sobreestimen la rapidez de los ascensos y subestimen la importancia de empezar en puestos operativos (Fortham, 2025). Por ello, los empleadores sugieren por programas duales que permitan a los estudiantes observar e imitar comportamientos exitosos en contextos reales.

4.3. Modelos observacionales significativos en el aprendizaje social.

La teoría del aprendizaje social de Bandura sostiene que las personas aprenden a partir de modelos observados. En este contexto, los resultados del estudio indican que los estudiantes toman como referencia a docentes, egresados exitosos y, sobre todo, a profesionales de la industria hotelera. Así, el entrevistado de AC Hotel invita a que los hoteles abran sus puertas a los estudiantes, ofreciendo charlas y visitas que permitan “vincular teoría y práctica”. Esta interacción temprana fomenta que los directivos se conviertan en modelos a seguir y que los estudiantes internalicen la cultura del servicio. La entrevistada de Hodelpa destaca que los graduados con experiencia previa o formación técnica rinden mejor; por tanto, los alumnos también observan a trabajadores veteranos sin título como ejemplos de éxito, lo que puede influir en su percepción de la utilidad de la educación formal. Asimismo, la presencia de cadenas internacionales (Marriott, Hilton) y eventos como el Mundial Sub-17 de fútbol de la FIFA han incrementado la visibilidad de modelos profesionales orientados al servicio y a la gestión de experiencias. Por lo tanto, los entrevistados destacan en su conjunto la importancia de competencias actitudinales (empatía, disposición) que los estudiantes ya valoran como prioritarias.

A la luz de la teoría del aprendizaje social, estas interacciones cumplen con la secuencia propuesta por Bandura (2021): observación de modelos, evaluación de las consecuencias, memorización e imitación. Por lo tanto, cuando los estudiantes asisten a charlas o realizan pasantías supervisadas, reciben información y evalúan si las conductas observadas conducen a resultados deseables y memorables (Simons et al., 2012). Esta codificación cognitiva es la base para una reproducción exitosa y aumenta su autoeficacia, al percibir que son capaces de replicar esas conductas en el futuro (Bandura, 1978).

4.4. Factores que refuerzan o limitan las aspiraciones profesionales.

La llegada de nuevas marcas hoteleras y el auge del turismo médico y de congresos generan oportunidades laborales en la ciudad. El entrevistado de Residence Inn señala que la capacidad hotelera de la ciudad ha crecido notablemente y que “la ciudad va a explotar por turismo médico y de eventos”, mientras la nueva carretera hacia Puerto Plata mejorará la conectividad. Este panorama motiva a los estudiantes a trabajar en la ciudad en lugar de migrar a polos como

Punta Cana. El entrevistado de AC Hotel también destaca la necesidad de mantener el talento de la ciudad, debido a que estas iniciativas “crean sentido de pertenencia y proyección profesional”. En este contexto, los entrevistados valoran positivamente la propuesta de integrar pasantías supervisadas desde los primeros años, debido a que refuerza las aspiraciones al ofrecer experiencia real y contacto con modelos profesionales.

Asimismo, existen factores que limitan las aspiraciones profesionales. Así, los estudiantes aspiran a puestos de mando y horarios flexibles, pero la hotelería exige iniciar en posiciones operativas y cumplir horarios rotativos. Además, los empleadores han identificado el inglés y el manejo de tecnologías como las principales barreras para la contratación, debido a que la falta de especialización en gestión de eventos también ha limitado las oportunidades. Igualmente, muchos estudiantes realizan prácticas rutinarias (archivar, limpiar platos) sin objetivos claros, y esto desalienta el aprendizaje práctico. En ocasiones, existe una “ausencia de seguimiento por parte de la universidad” y esto podría contribuir a la desconexión del estudiante. Igualmente, la dependencia de INFOTEP (Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional) como único ente certificador limita la oferta de programas técnicos, y la tasa de abandono en las carreras de turismo es alta, como en el caso de UTESA, que se indica que, de 700 alumnos, 100 abandonaron en un año.

5. Discusión.

Los resultados indican que los estudiantes de turismo otorgan una gran importancia a la experiencia laboral y al dominio de idiomas, así como a las competencias actitudinales, mientras relegan los conocimientos teóricos, que son considerados menos prioritarios. Este patrón es coherente con la fase de “atención” de la teoría del aprendizaje social de Bandura, que sostiene que los individuos tienden a observar y emular modelos que perciben como cercanos y relevantes. La fuerte valoración de la práctica y de las competencias blandas sugiere que los estudiantes están observando modelos profesionales situados en contextos de servicio en los que habilidades como la atención al cliente y el trabajo en equipo son esenciales. Según Rumjaun y Narod (2025), la atención se dirige preferentemente hacia modelos percibidos como competentes y accesibles.

En el contexto dominicano, estos modelos probablemente están vinculados al desempeño profesional más que al ámbito académico, lo que explicaría la menor importancia otorgada a la teoría. Asimismo, la importancia asignada a la experiencia y a los idiomas puede interpretarse como un indicador de la fase de “retención”, debido a que el aprendizaje significativo se produce cuando las conductas observadas se codifican como útiles para alcanzar objetivos concretos (Ahmed et al., 2025). En concordancia con este argumento, el alto porcentaje de participantes que se encuentra en etapas tempranas de la vida laboral (88,4 % entre 18 y 24 años) sugiere que sus aspiraciones todavía se construyen a través de modelos idealizados y no mediante experiencias directas, lo cual refuerza la importancia de la autoeficacia vicaria.

Por otra parte, el análisis de clúster demostró la existencia de tres perfiles estudiantiles: uno claramente orientado al mercado laboral que valora la práctica y las actitudes; otro de corte académico, que prioriza los conocimientos teóricos y exhibe menor autoeficacia; y un grupo intermedio con valoraciones mixtas. Desde la perspectiva del aprendizaje social de Bandura, estos grupos pueden interpretarse como distintos estadios de la fase de “reproducción”, en la que el individuo transfiere los modelos observados a su propio comportamiento. El clúster más orientado al mercado sugiere una autoeficacia alta, lo que se ajusta a la idea de que la autoeficacia se refuerza mediante experiencias de dominio y logros de ejecución (Bandura, 1977; Kosar, 2023). Por el contrario, el clúster académico demuestra que la falta de experiencias prácticas limita el aprendizaje en acciones concretas, y coincide con estudios que señalan que la retención se ve afectada cuando los modelos observados no ofrecen oportunidades de práctica real (Ahmed et al., 2025). Las diferencias significativas en el “saber ser” entre universidades (PUCMM, OyM y UTESA) sugieren que los contextos institucionales podrían actuar como ambientes diferenciados que influyen en la causalidad recíproca triádica propuesta por Bandura (1986), en la que persona, conducta y ambiente interactúan simultáneamente.

Finalmente, nuestros resultados también coinciden con estudios recientes que destacan la importancia de la autoeficacia y la conexión entre demandas y recursos laborales en la motivación de las nuevas generaciones. Saraiva y Nogueiro (2025) señalan que la falta de flexibilidad y de reconocimiento a las necesidades de desarrollo profesional genera desafección, y esto podría explicar la priorización de competencias prácticas por parte de los estudiantes. Asimismo, la preferencia por habilidades interpersonales y el trabajo en equipo coincide con la evidencia de que la observación de modelos prosociales facilita la motivación y el refuerzo vicario (Kosar, 2023). No obstante, nuestra investigación también evidencia tensiones: a pesar de la importancia otorgada a las competencias blandas, las diferencias entre universidades sugieren que la teoría depende de cómo las instituciones y el entorno social ofrecen modelos de referencia. Esto se corresponde con la teoría de Bandura, pero también sugiere la necesidad de incorporar elementos de la teoría de carrera cognitiva social (Lent et al., 1994).

6. Conclusiones.

Los resultados del estudio muestran que los estudiantes universitarios de turismo atribuyen una mayor relevancia a la experiencia laboral y al dominio de idiomas (en particular el inglés) por encima de la titulación formal o los conocimientos teóricos adquiridos en la universidad. En sus valoraciones, destacan sobre todo las competencias actitudinales (saber ser), siendo la atención y orientación al cliente una de las dimensiones más valoradas. A pesar de que la mayoría de los estudiantes declara sentirse competitiva y relativamente satisfecha con la formación recibida, expresan una clara preferencia por la capacitación práctica en el lugar de trabajo frente al aprendizaje académico tradicional. Este hecho refleja una percepción extendida de que la universidad no siempre ofrece las herramientas necesarias para la empleabilidad inmediata.

Desde la perspectiva de los empleadores, sin embargo, se identifica una brecha significativa entre las competencias que los egresados dicen poseer y las que realmente manifiestan en el entorno laboral. Los empresarios destacan que los nuevos profesionales suelen llegar con expectativas poco realistas, escasa preparación técnica y un bajo nivel de inglés. Para ellos, elementos como el servicio personalizado, la actitud proactiva y la capacidad de adaptación son determinantes en el desempeño del personal, superando en importancia a los títulos obtenidos. Asimismo, se observa una limitada sinergia entre las universidades y el sector productivo. Las pasantías son, en muchos casos, poco relevantes y no permiten la integración real de los estudiantes en dinámicas laborales relevantes. A esto se suma la falta de seguimiento institucional a los egresados, lo que impide un diagnóstico realista del impacto formativo. En este sentido, los empleadores proponen adoptar un modelo dual de formación, que combine desde el inicio la teoría con la práctica, e incluya supervisión efectiva y una actualización curricular periódica.

Por último, los factores que refuerzan las aspiraciones profesionales en turismo incluyen el crecimiento de segmentos específicos como el turismo de eventos y salud, el potencial de la formación dual para mejorar la inserción laboral, y la posibilidad de retener el talento local. No obstante, también se identifican importantes limitantes, como el desajuste entre las expectativas y la realidad del mercado laboral, carencias en el dominio de idiomas y herramientas tecnológicas, irrelevancia de muchas pasantías y escasa oferta de formación técnica adaptada a las necesidades actuales del sector.

6.1. Implicaciones teóricas y prácticas

Desde el punto de vista teórico, este estudio aporta a la ampliación de la teoría del aprendizaje social, especialmente en contextos emergentes como el turístico de América Latina. Los resultados evidencian que la construcción de aspiraciones profesionales no puede explicarse únicamente por la observación de modelos exitosos y, por lo tanto, debe situarse en la intersección de factores culturales, educativos y generacionales. El predominio del saber ser como la competencia más valorada sugiere que las actitudes y comportamientos observados en entornos familiares y comunitarios influyen más en la configuración de las aspiraciones que los contenidos académicos. El aprendizaje social, por tanto, implica la reproducción de roles observados, pero también la apropiación de repertorios culturales asociados a valores como la hospitalidad, el cosmopolitismo o la atención al cliente.

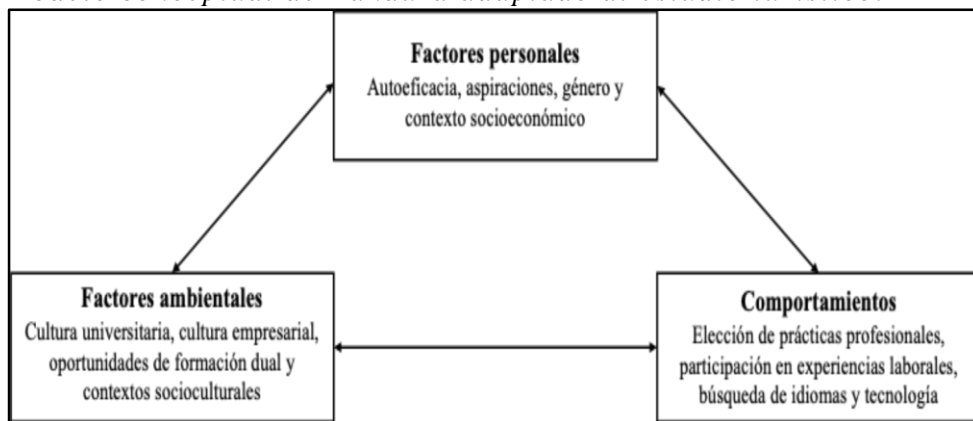
Además, las aspiraciones estudiantiles están mediadas por condiciones estructurales como la desconexión entre las universidades y el sector turístico, la escasa oferta de prácticas relevantes y la concentración de la formación técnica en pocas instituciones. Estas barreras sugieren que el aprendizaje observacional ocurre en entornos marcados por tensiones intergeneracionales, desigualdades en el acceso a experiencias de calidad y cambios acelerados en el mercado laboral. Por lo tanto, la importancia de integrar en la teoría del aprendizaje social estos

condicionantes permitirá comprender mejor por qué algunos modelos de formación resultan ineficaces para estimular el desarrollo de competencias clave. A nivel pedagógico, se hace evidente la necesidad de combinar la observación de buenos ejemplos con prácticas supervisadas y relevantes que faciliten la internalización de competencias tanto técnicas como actitudinales.

A partir de los resultados se propone un modelo conceptual inspirado en el determinismo recíproco de Bandura. Este esquema ubica en un vértice los factores personales (autoeficacia, aspiraciones, género y antecedentes socioeconómicos), en otro vértice los factores ambientales (cultura universitaria, cultura empresarial, oportunidades de formación dual y contextos socio-culturales) y en el tercer vértice los comportamientos (elección de prácticas, participación en experiencias laborales, búsqueda de idiomas y tecnologías) (figura 2). Las flechas bidireccionales entre estos vértices reflejan la interacción continua que moldea las aspiraciones profesionales. Por ejemplo, la observación de profesionales exitosos incrementa la autoeficacia, lo que a su vez motiva a los estudiantes a buscar experiencias prácticas; estas experiencias, a su vez, retroalimentan sus creencias y modifican el entorno educativo mediante la demanda de cambios curriculares. Este modelo sintetiza cómo el aprendizaje social actúa en el sector turístico y destaca que las aspiraciones dependen tanto de la formación académica como de un entramado de factores culturales y generacionales.

Figura 2.

Modelo conceptual de Bandura adaptado al estudio turístico.



Fuente: elaboración propia.

En el plano práctico, este estudio ofrece recomendaciones que podrían mejorar la calidad de la formación turística. En primer lugar, las universidades deberían actualizar sus planes de estudio cada cuatro o cinco años e implementar modelos de formación dual que integren teoría y práctica desde el primer año, incluyendo mecanismos de seguimiento y evaluación de las pasantías. En segundo lugar, es imprescindible reforzar la formación en idiomas, especialmente inglés, y actualizar los contenidos tecnológicos, incorporando herramientas como los sistemas de reservas globales (GDS), los softwares de gestión hotelera, el análisis de datos y la inteligencia artificial. En tercer lugar, se propone diseñar estrategias

pedagógicas centradas en el desarrollo de competencias actitudinales como la empatía, la adaptabilidad y el compromiso con el servicio, sin descuidar la sostenibilidad y la ética profesional. En cuarto lugar, se sugiere fomentar alianzas entre universidades y empresas del sector mediante convenios formales que incluyan prácticas con objetivos claros, mentorías, charlas de profesionales y la creación de espacios de diálogo para adaptar la oferta académica a las demandas del mercado. En último lugar, es recomendable que las universidades integren en sus programas metodologías hetero-inteligentes y formación en ética de la inteligencia artificial, puesto que esto es una competencia que todo estudiante debe tener para enfrentar los retos de la gestión empresarial turística.

6.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Esta investigación presenta limitaciones relacionadas con el tamaño y alcance de las muestras. Los empleadores entrevistados se restringieron a cuatro hoteles y los estudiantes a tres universidades de una sola ciudad, lo que reduce la posibilidad de generalizar los resultados a otros subsectores o regiones. Además, el diseño transversal impide analizar la evolución de las aspiraciones en el tiempo. Se propone realizar estudios longitudinales que sigan a los estudiantes hasta su inserción laboral, ampliar el análisis a otros destinos y subsectores, e integrar investigaciones participativas entre universidades y empleadores. También sería relevante validar el modelo conceptual en distintos contextos turísticos. Por último, el instrumento utilizado fue diseñado ad hoc y no fue sometido a procesos de validación psicométrica (análisis factorial o de fiabilidad), por lo que la validez de constructo podría estar afectada. Asimismo, el instrumento se basa en auto-percepciones, de modo que es posible la presencia de sesgo de deseabilidad social. Por lo tanto, en futuras investigaciones se debería validar el instrumento mediante análisis estadísticos o un método Delphi.

7. Referencias.

- Ahmed, R., Garcia, M. F., Taj, I., & Al Reqabi, L. (2025). Teaching gender equality: shifting the focus from aspiration to practice. *Cogent Education*, 12(1), 2488547. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2488547>
- Albrecht, J. N., Moscardo, G., & Dwyer, T. (2022). Learning about learning in tourism: Indigenous guide perspectives on their personal and professional development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(2), 320-343. <https://doi.org/10.1177/1096348021997535>
- Atstaja, D., & Dambe, G. (2013). Knowledge, skills and attitude in tourism industry: case study of Latvia. *European integration studies*, (7), 177-184. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.eis.0.7.5196>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0033-295X.84.2.191>

- Bandura, A. (1978). The self system in reciprocal determinism. *American Psychologist*, 33(4), 344-358. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0003-066X.33.4.344>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (2021). Analysis of modeling processes. In *Psychological modeling* (pp. 1-62). Routledge.
- Bandura, A. (2023). Cultivate self-efficacy for personal and organizational effectiveness. *Principles of Organizational Behavior: The Handbook of Evidence-Based Management 3rd Edition*, 113-135. <https://doi.org/10.1002/9781394320769.ch6>
- Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory* (Vol. 1, pp. 141-154). Englewood Cliffs, NJ: Prentice hall.
- Beyera, G. K., O'Brien, J., & Campbell, S. (2022). Choosing a health behaviour theory or model for related research projects: a narrative review. *Journal of Research in Nursing*, 27(5), 436-446. <https://doi.org/10.1177/17449871211051566>
- Cismaru, L., & Iunius, R. (2019). Bridging the generational gap in the hospitality industry: Reverse mentoring—An innovative talent management practice for present and future generations of employees. *Sustainability*, 12(1), 263. <https://doi.org/10.3390/su12010263>
- Egele, V. S., Klopp, E., & Stark, R. (2025). How Valid Is Bandura's Social Cognitive Theory to Explain Physical Activity Behavior? *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 15(2), 20. <https://doi.org/10.3390/ejihpe15020020>
- Engström, T. E. J., Gorenak, M., Špindler, T., & Jagodič, G. (2025). Have we been wrong? Generation Z's tourism students' complex relationship with work-related preferences. *Turyzm/Tourism*, 35(2), 7-19. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.2025.21>
- Etherton, K., Steele-Johnson, D., Salvano, K., & Kovacs, N. (2022). Resilience effects on student performance and well-being: the role of self-efficacy, self-set goals, and anxiety. *The Journal of general psychology*, 149(3), 279-298. <https://doi.org/10.1080/00221309.2020.1835800>
- Fernández-Villarán, A., Guereño-Omil, B., & Ageitos, N. (2024). Embedding sustainability in tourism education: Bridging curriculum gaps for a sustainable future. *Sustainability*, 16(21), 9286. <https://doi.org/10.3390/su16219286>
- Fortham, C. (2025). *Developing Preschool Leadership to Enhance Operational Efficiency* (Doctoral dissertation, Barry University).
- Harb, A., Harb, Y., Alakaleek, W., Alhammad, F. A., Alzboun, N., & Al-Omar, S. (2024). Understanding the relationship between individual characteristics, self-efficacy beliefs and career aspirations of generation Z in tourism and hospitality: can gender and major make difference? *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 24(2), 107-133. <https://doi.org/10.1080/15313220.2024.2311903>

- Henriques, H., & Pereira, L. N. (2024). Hotel demand forecasting models and methods using artificial intelligence: A systematic literature review. *Tourism & Management Studies*, 20(3), 39-51. <https://doi.org/10.18089/tms.20240304>
- Jackman, M. (2022, January). The effect of tourism on gender equality in the labour market: Help or hindrance?. In *Women's Studies International Forum* (Vol. 90, p. 102554). Pergamon. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2021.102554>
- Kosar, T. (2024). *Empowering families through social tourism*. Doctoral dissertation, University of Nottingham (United Kingdom).
- Krumboltz, J. D., Mitchell, A. M., & Jones, G. B. (1976). A social learning theory of career selection. *The Counseling Psychologist*, 6(1), 71-81. <https://doi.org/10.1177/001100007600600117>
- Kusluvan, S., & Kusluvan, Z. (2000). Perceptions and attitudes of undergraduate tourism students towards working in the tourism industry in Turkey. *Tourism management*, 21(3), 251-269. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00057-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00057-6)
- Laurisz, N., Gáspár, T., Gałat, W., & Juhász, T. (2024). The other side of the coin: expectations of Polish and Hungarian students on soft skills in the labour market—a futures perspective. *European Journal of Futures Research*, 12(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s40309-024-00235-3>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Li, P. (2024). Cultural communication in museums: A perspective of the visitors experience. *Plos one*, 19(5), e0303026. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0303026>
- Li, Z. Z., Yang, Y., & Zhang, X. (2024). Family travel as an educational experience: Revealing multi-level Parents' perceived value through a family systems approach. *Tourism Management Perspectives*, 53, 101301. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101301>
- Liu, Y. (2024). The Research on the Impact of the Integration of Cultural Tourism on the Professional Competence Requirements of Tourism Practitioners. *Journal of Art, Culture and Philosophical Studies*, 1(2). <https://doi.org/10.70767/jacps.v1i2.325>
- Padilla-Delgado, L. M., Velasco-Tafur, X. F., & Ríos-Obando, J. F. (2024). Generic and specific competencies: analysis and interaction from business administration for the tourism sector. *Cogent Education*, 11(1), 2393519. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2393519>
- Pham, M., Lam, B. Q., & Bui, A. T. N. (2024). Career exploration and its influence on the relationship between self-efficacy and career choice: The moderating role of social support. *Heliyon*, 10(11). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31808>

- Rumjaun, A., & Narod, F. (2025). Social learning theory—albert bandura. In *Science education in theory and practice: An introductory guide to learning theory* (pp. 65-82). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Saraiva, M., & Nogueiro, T. (2025). Perspectives and Realities of Disengagement Among Younger Generation Y and Z Workers in Contemporary Work Dynamics. *Administrative Sciences*, 15(4), 133. <https://doi.org/10.3390/admsci15040133>
- Simons, L., Fehr, L., Blank, N., Connell, H., Georganas, D., Fernandez, D., & Peterson, V. (2012). Lessons Learned from Experiential Learning: What Do Students Learn from a Practicum/Internship?. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 24(3), 325-334.
- Tsang, N. K. (2011). Dimensions of Chinese culture values in relation to service provision in hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 30(3), 670-679. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.12.002>
- Upchurch, R. (2025). Professionalism. In *Encyclopedia of Tourism* (pp. 826-827). Springer Nature Switzerland.
- Vorster, J. (2022). *Exploring a millennials' meaningful work views: A hospitality context* (Doctoral dissertation, CQUniversity).
- Widodo, A., & Astuti, B. (2024). Critical analysis of social cognitive learning theory and its implementation in elementary schools. *MANDALIKA: Journal of Social Science*, 2(1), 6-12. <https://doi.org/10.56566/mandalika.v2i1.148>
- Yu, J., & Lee, T. J. (2014). Impact of tourists' intercultural interactions. *Journal of Travel Research*, 53(2), 225-238. <https://doi.org/10.1177/0047287513496467>

Anexo 1. Ítems del cuestionario aplicado a estudiantes.

Sesión A. Valoración de competencias consideradas por estudiantes

Ítem	Valoración 1	Valoración 2	Valoración 3	Valoración 4	Valoración 5
	Muy en desacuerdo	Desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Muy de acuerdo
Generales					
1. Experiencia laboral					
2. Idiomas					
3. Competencia técnicas					
4. Titulación					
5. Competencias actitudinales					
6. Conocimientos teóricos					
Específicas					
7. Legislación turística					
8. Geografía turística					
9. Análisis de datos					
10. Gestión de operaciones					
11. Atención al cliente					
12. Orientación al cliente					
13. Adaptabilidad intercultural					
14. Trabajo en equipo					
15. Innovación y productividad					
16. Liderazgo					
17. Compromiso sostenibilidad					
18. Adaptabilidad					
19. Responsabilidad social					

Sesión B. Perfil sociodemográfico

1. Género [*Masculino, Femenino*]
2. Edad [*18-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55 o más*]
3. Nivel de cualificación [*Estudiante universitario; graduado universitario; postgrado; sin titulación, técnico*]
4. Universidad a la que pertenece [*OyM; PUCMM; UTESA*]
5. Puesto de trabajo [*Autónomo/Freelance; Trabajo de responsabilidad en el sector; Trabajo de responsabilidad fuera del sector; Trabajo en prácticas no remuneradas; Trabajo en prácticas remuneradas; Trabajo estándar en el sector Trabajo estándar fuera del sector*]
6. Salario medio quinquenal [*Menos de RD\$5,000.00; De RD\$5,001.00 – RD\$10,000.00; De RD\$10,001 a RD\$15,000.00; De RD\$15,001 a RD\$20,000.00; Más de RD\$20,000.00*]
7. Antigüedad laboral en su último trabajo [*Menos de un mes; De uno a tres meses; De cuatro a seis meses; De siete meses a un año; De un año y un día, a cinco años; Más de cinco años*]
8. Segundo trabajo [*Sí, No*]