



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**PERFIL DE COMPETENCIAS Y EMPLEABILIDAD DEL
EGRESADO EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO DE HUARAZ 2014-2018**

**PRESENTADA POR
MILADY JESÚS CARBAJULCA MILLA**

**ASESOR
LEONARDO VELARDE DÁVILA**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN TURISMO

LIMA – PERÚ

2019



**Reconocimiento - Compartir igual
CC BY-SA**

El autor permite a otros re-mezclar, modificar y desarrollar sobre esta obra incluso para propósitos comerciales, siempre que se atribuyan el crédito y licencien las nuevas obras bajo idénticos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

SECCIÓN DE POSGRADO

**PERFIL DE COMPETENCIAS Y EMPLEABILIDAD DEL EGRESADO
EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO
ANTÚNEZ DE MAYOLO DE HUARAZ 2014-2018**

TESIS PARA OPTAR

EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN TURISMO

PRESENTADO POR:

MILADY JESÚS CARBAJULCA MILLA

ASESOR:

DR. LEONARDO VELARDE DÁVILA

LIMA, PERÚ

2019

DEDICATORIA

A **Gonzalo y Sergio** mis hijos,
porque mi esfuerzo estuvo siempre impregnado del amor
a ellos y el deseo de ser un farol en su diario caminar,
sobre todo, en los momentos difíciles de decisión y de retos.

A mi compañero y amigo Einer,
por su amor, su apoyo y sobre todo su optimismo para
impulsarme en los momentos de desánimo.

A la memoria de mis Padres Flavio y Mila
y mis amados abuelos Alejandro y Lucila

AGRADECIMIENTOS

- Agradezco a Dios por iluminar mis pasos, porque todo cobra sentido con su dirección y su voluntad.
- Un agradecimiento especial a todos los egresados que formaron parte de este estudio, por su predisposición, su apoyo e interés en colaborar con el trabajo.
- Mi agradecimiento al Doctor Leonardo Velarde Dávila, mi asesor; por todos sus aportes en el desarrollo de la tesis, por su profesionalismo, su acertada intervención en momentos críticos y todos los conocimientos brindados en favor de los logros de los objetivos del estudio.
- Agradezco al Doctor Antonio Lirio Loli, amigo y colega, por su apoyo siempre presto y desinteresado.
- Agradezco la comprensión y apoyo de mi familia en momentos de ausencia.

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1. Antecedentes de la investigación	6
1.2. Bases teóricas	13
1.2.1. Perfil	13
1.2.2. Competencias	17
1.2.2.1. Las competencias en la historia de la administración	21
1.2.2.2. Principales modelos de gestión por competencias	24
1.2.3. Empleabilidad	28
1.2.3.1. Empresas que requieren nuevo personal por sub sectores	35
1.2.4. Turismo	42
1.2.4.1. Filosofía del turismo	45
1.2.4.2. Desarrollo sostenible	46
1.2.4.3. Gestión turística	49
1.3. Definición de términos	53
CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	57
2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas	57
2.2. Variables y definición operacional	58

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.1. Diseño metodológico	59
3.2. Diseño muestral	60
3.3. Técnicas de recolección de datos	61
3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	62
3.5. Aspectos éticos	63
CAPITULO IV: RESULTADOS	65
4.1. Perfil de competencias del egresado	65
4.2. Perfil de competencias del egresado y las competencias principales requeridas para la empleabilidad.	67
4.3. Nivel de empleabilidad de los egresados	70
4.4. Hipótesis general	73
4.5. Resultados Complementarios	77
4.6. Propuesta de plan de trabajo	79
CAPITULO V: DISCUSIÓN	97
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	110
FUENTES DE INFORMACIÓN	112
ANEXOS	
Anexo N° 1: Matriz de consistencia	
Anexo N° 2: Cuestionario y validación de juicio de expertos	
Anexo N° 3: Tablas adicionales	
Anexo N° 4: Índice de consistencia interna para variables	
Anexo N° 5: Fotografías	

RESUMEN

El objetivo principal del estudio es determinar la relación del perfil de competencias con la empleabilidad del egresado en turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúñez de Mayolo (UNASAM). El diseño es no-experimental, descriptivo correlacional. La población de estudio son 86 egresados de la escuela profesional de turismo entre los años 2014 al 2018, y la muestra lo conforman 70 egresados determinado con criterios de inclusión y exclusión. Los resultados muestran que para la mayoría de encuestados (75.7%) el perfil es poco adecuado, mientras que solo para un 24.3% es adecuado. Asimismo, el 71.4% manifestó que no cuenta con las competencias requeridas para la empleabilidad. Se confirma que no existe relación estadísticamente significativa entre el perfil de competencias y la empleabilidad del egresado en turismo.

Se concluye que el perfil de competencias es poco adecuado a las necesidades del mercado laboral del turismo y que el egresado requiere el dominio de idiomas, manejo de la tecnología digital en turismo, habilidades sociales y elaboración de proyectos y planes de desarrollo turístico entre las principales competencias detectadas en el estudio.

No todos los egresados están empleados en el sector, un porcentaje significativo trabaja en otras actividades, evidenciando un nivel poco adecuado de empleabilidad. El desconocimiento de los requerimientos de los empleadores y un estudio de demanda social que fundamenten las necesidades formativas del profesional en turismo no promueven la inserción laboral y la competitividad profesional del egresado en turismo de la UNASAM.

Palabras Clave: Empleabilidad, perfil, competencias

ABSTRACT

The main objective of the study is to determine the relationship of the competency profile with the employability of the graduate in tourism of the National University Santiago Antúnez de Mayolo (UNASAM). The design is non-experimental, descriptive correlational. The study population is 86 graduates of the professional tourism school between 2014 and 2018, and the sample is made up of 70 graduates determined with inclusion and exclusion criteria. The results show that for the majority of respondents (75.7%) the profile is not adequate, while only for 24.3% it is adequate. Likewise, 71.4% stated that they do not have the skills required for employability. It is confirmed that there is no statistically significant relationship between the competency profile and the employability of the graduate in tourism.

It is concluded that the competency profile is poorly suited to the needs of the tourism labor market and that the graduate requires the mastery of languages, management of digital technology in tourism, social skills and development of tourism development projects and plans among the main competencies detected in the study.

Not all graduates are employed in the sector, a significant percentage work in other activities, showing an inadequate level of employability. The ignorance of the requirements of the employers and a study of social demand that support the training needs of the tourism professional do not promote the labor insertion and professional competitiveness of the UNASAM tourism graduate.

Keywords: Employability, profile, competencies

INTRODUCCIÓN

El entorno globalizado, cada vez más exigente, de cambios vertiginosos, de un constante avance de la tecnología y un mercado laboral altamente competitivo, nos obliga hoy; a un permanente desarrollo y adecuación de las competencias, a las necesidades y cambios del entorno. De manera que el desarrollo de competencias está vinculado también al nivel de empleabilidad de las personas en el mercado laboral, ya que una persona mejor capacitada y con adecuadas competencias puede tener un mejor desempeño en su puesto de trabajo.

Hoy en día insertarse en el mercado del empleo resulta enfrentarse a un entorno de mucha competencia y exigencia en cuanto a la capacidad de las personas para un desempeño exitoso en una determinada área de trabajo.

Entonces la problemática de la inserción laboral es un problema que aqueja a diversos países en el mundo como Estados Unidos y España. Lo que lleva a preguntarse ¿dónde están las fallas?, ¿Qué dificultades se tiene para conseguir un empleo? Según diversos especialistas, el problema se encuentra justamente en que no hay un, mismo propósito entre la formación profesional y las exigencias de las empresas. La directora de servicios profesionales de la agencia de colocación Adecco, Susana Sosa, manifiesta que la diferencia entre las personas que buscan empleo no está precisamente en sus conocimientos técnicos, sino más bien en los factores competenciales, eso significa que existen limitaciones cuando se requiere

trabajar en equipo, liderar, comunicar y analizar (competencias blandas, en éste caso). Asegura que los factores mencionados se pueden desarrollar en la etapa laboral, pero ayudaría mucho si estas competencias se desarrollaran en la etapa formativa, desde el claustro universitario". (Tejedor y Barreira, 2013, p.30)

En el caso de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo (UNASAM), en la ciudad de Huaraz, la empleabilidad es un problema latente que los afecta de manera significativa. La Escuela Profesional de Turismo entre los años 2014 y 2018 -según el libro de registros de bachilleres y titulados de la carrera profesional de turismo de la UNASAM- ha tenido 86 egresados (se tomó como referencia este rango, para el estudio), de los cuales, algunos se encuentran laborando en diferentes establecimientos de servicio turístico de la zona y en áreas de turismo del sector público; otros han emigrado a distintas ciudades; unos pocos han emprendido negocios en el rubro y algunos trabajan en otros sectores distintos al turismo.

Actualmente el profesional en turismo que egresa de la UNASAM, tiene dificultades para su empleabilidad debido a distintos factores, entre ellos; la formación general que recibe, exenta de una especialización adecuada, poca experiencia práctica por falta de talleres implementados que permitirían un acercamiento a las herramientas, técnicas y metodologías propias de las diferentes áreas del turismo, deficiente manejo de las tecnologías de información propias del turismo y la falta de desarrollo de competencias, que fortalezcan y aseguren un desempeño positivo y fructífero que le permita contar con competitividad profesional y acorde a las necesidades del

mercado laboral actual, especialmente, cuando van a realizar gestión turística dependiente e independiente.

El diseño de la investigación es no experimental Transeccional y de alcance descriptivo y correlacional. El tipo de investigación es aplicada de enfoque cuantitativo. La población lo conforman 86 egresados de la carrera de turismo de los años 2014 al 2018 y para la determinación de la muestra se aplicó los criterios de inclusión y exclusión, aplicando un cuestionario tipo escala de Likert a un total de 70 egresados. El estudio presenta algunas limitaciones como la ubicación en su totalidad de los egresados dentro del ámbito de la jurisdicción de la zona.

De manera que la principal interrogante de la investigación es:

Problema General

¿De qué manera se relaciona el perfil de competencias con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM?

Problemas Específicos

1. ¿Cómo es el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM?
2. ¿El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad?
3. ¿Cuál es el nivel de empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM?

Objetivo General

Determinar la relación del perfil de competencias con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM.

Objetivos Específicos

1. Identificar el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM
2. Determinar si el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad
3. Determinar el nivel de empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM

Importancia de la Investigación

La investigación permite conocer si las competencias que han adquirido los egresados en turismo de la UNASAM, durante su formación profesional son las adecuadas para las necesidades de los empleadores, de modo que constituye un buen insumo para identificar aspectos necesarios en la formación de los estudiantes de turismo que deben ser incorporados al plan de estudios, en favor de su desarrollo integral y el fortalecimiento de su perfil profesional, haciéndolo más competitivo en el mercado laboral e inclusive, prepararlo mejor para actividades de emprendimiento y gestión turística.

Por dichas consideraciones, el estudio pretende aportar a la luz de los resultados una propuesta de competencias para mejorar el nivel de empleabilidad, promoviendo el desarrollo y revaloración del profesional de este sector.

Estructura de la tesis

La tesis ha sido elaborada según las indicaciones del Manual para la elaboración de las tesis y los trabajos de investigación de la Universidad San Martín de Porres (2015) y comprende en su contenido, la introducción donde se realiza un resumen de la situación problemática, las interrogantes, los objetivos y la importancia del estudio, así como el diseño metodológico, la población y la muestra. Los capítulos que lo componen son:

- **Capítulo I:** Comprende el marco teórico, donde se indican las principales bases teóricas que orientan el estudio, los antecedentes y las principales definiciones conceptuales vinculadas al tema.
- **Capítulo II:** Comprende las hipótesis y variables planteadas en el estudio.
- **Capítulo III:** Comprende la metodología de la Investigación, que indica el diseño de la investigación y las técnicas para el recojo, procesamiento y análisis de la información.
- **Capítulo IV:** Comprende los resultados obtenidos y procesados del trabajo de campo.
- **Capítulo V:** La discusión, donde se analizan y contrastan los resultados del estudio con los antecedentes y las bases teóricas empleadas.

Finalmente se incluyen las conclusiones más relevantes y las respectivas recomendaciones en base a lo obtenido en la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

En la tesis de doctorado denominada: **Desempeño Laboral del Licenciado en Turismo de la Universidad de Oriente, según la Opinión del Sector Empresarial Turístico Privado de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta.** Realizada por Vicdalia Gómez de Lunar (2009), el propósito fue conocer que opinan los empresarios del sector turístico acerca del desempeño laboral del Licenciado en Turismo egresado de la Universidad de Oriente, en la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta, Venezuela.

El estudio es descriptivo y comprende el área geográfica de la Isla de Margarita, en el Estado Nueva Esparta, donde se encuentra la Escuela de Hotelería y Turismo, de la Universidad de Oriente y diversas empresas turísticas que brindan sus servicios y ofrecen empleo a los Licenciados en Turismo egresados de esta escuela. De modo que la población lo conforman representantes de 22 empresas a quienes se tomó la encuesta; entre agencias de viajes, transporte turístico terrestre, hoteles 4 y 5 estrellas, líneas aéreas y transporte marítimo, que operan en la Isla de Margarita, inscritas en la Corporación de Turismo del Estado Nueva

Esparta (CORPOTUR) y que además dan empleo por lo menos a un Licenciado en Turismo egresado de la Escuela Hotelería y Turismo de la Universidad de Oriente. Según este estudio, los Licenciados en Turismo, deben tener dominio de idiomas en especial del inglés y tener contacto con el campo laboral a través de las prácticas profesionales durante su formación, y así tener conocimiento acerca de la realidad del turismo.

Por otro lado, se concluyó que las áreas de formación básica y técnica así como las habilidades; dentro de ellas los idiomas, manejo de sistemas computarizados y formación en gerencia, son los principales aspectos que se deben considerar en la oferta formativa turística, considerando que el profesional en turismo tiene la aceptación para asumir un cargo gerencial en una empresa turística y es necesario continuar con su preparación mejorando de manera permanente la educación bajo políticas de calidad y excelencia.

La investigación sobre **formación turística y el mercado laboral en la Comunidad Valenciana: las expectativas de inserción laboral y de formación académica de los alumnos de turismo de la Universidad de Alicante, del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante**, España: realizada por García Gómez (2011), se propone investigar las expectativas y motivaciones de los estudiantes de turismo de la Universidad de Alicante frente a la nueva visión académica y la inserción en el mercado laboral del turismo. Se tomó una encuesta a 50 alumnos de Grado, 50 de Diplomatura y 50 de Máster de Turismo de la Universidad de Alicante, el estudio muestra que la formación tradicional en

turismo en España ha mejorado dando paso a una formación más amplia, con un modelo más integrado y que se ajusta más a la realidad del sector turismo. De modo que, muchos estudiantes tienen una satisfacción moderada sobre los conocimientos y la formación recibida. Los estudiantes de pregrado, tienen mayor interés en trabajar en hoteles, aun cuando esta actividad evidencia un acentuado incremento de desempleo. Mientras que, los estudiantes de Maestría, quienes cuentan con mayor experiencia se orientan hacia las consultorías, área que todavía está en desarrollo en el sector turismo y por lo mismo no tiene suficientes plazas.

Sin embargo, con la reforma en la enseñanza se quiere lograr una mejor formación en turismo, incrementar la oferta laboral, promover la calidad del turismo y responder a las expectativas laborales y de preparación de los profesionales en turismo.

Percepciones de los empleadores sobre la empleabilidad de la gestión turística. Habilidades. Investigación realizada por Dhiman, Mohinder Chand (2012). El estudio hace un análisis exhaustivo de las percepciones de los empleadores sobre los graduados de turismo de la India para evaluar las cualidades medibles, como habilidades basadas en el servicio. La muestra fue de 520 empleadores de agencias de viajes y operadores turísticos ubicadas en varios destinos turísticos destacados en la India, aplicando un cuestionario en la escala Likert de cinco puntos. Se concluyó que, hay un cierto acuerdo entre los empleadores en cuanto a las habilidades de gestión del turismo requeridas para tener éxito en una carrera turística. Existe una diferencia en la forma en que cada

grupo clasifica cada habilidad de gestión del turismo, por lo tanto, faltan características comunes entre las habilidades y los atributos que los estudiantes perciben como importantes y los que los empleadores esperan. El estudio reveló que se debe poner atención a las habilidades y atributos que se priorizan y entregan en los programas de gestión del turismo para que los graduados sobrevivan en el entorno empresarial global actual. La investigación deja claro que existe una necesidad real de abordar las brechas entre las expectativas de los empleadores y los resultados de la educación y formación turística.

La tesis “Plan de profesionalización por competencias en el mercado laboral del sector turismo de aventura” (2013), realizada por Santiago Javier Casco Mancero, en Ecuador, se orienta a brindar un insumo para mejorar la competitividad de profesionales ecuatorianos en el área del turismo de aventura, ya que el mercado laboral exige profesionales que evidencien competencias específicas en sus perfiles. Por ello, la intención fue plantear planes de profesionalización por competencias para mandos operativos, medios y ejecutivos, con el fin de que el servicio ofertado a los clientes sea de mejor calidad e incremente la productividad de la empresa. La muestra fue de 100 agencias de viajes operadoras.

Se concluyó que, las empresas deben enfocarse al desarrollo de las competencias laborales para que su trabajo sea competitivo, así; desde los procesos de selección, se garantice un servicio óptimo, y las universidades deben potenciar y promover el desarrollo de competencias genéricas y específicas de sus estudiantes, con el

propósito de mejorar la colaboración empresa- universidad en términos de transferencia de tecnología y conocimiento.

En la tesis doctoral de **Mauro Amaru Granados Maguiño**, denominada: **“El desarrollo competencias laborales y formación de los profesionales en turismo, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Año 2013”**, se pretende encontrar la relación entre el desarrollo de las competencias laborales y la formación de los profesionales en turismo, a un nivel descriptivo y de diseño correlacional. Se tiene como muestra a 96 estudiantes del X ciclo de la Escuela Académico Profesional de Administración de Turismo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM).

Se aplicaron dos cuestionarios de acuerdo a la escala de Likert y se determinó que la relación entre el desarrollo de las competencias laborales y la formación de los profesionales en Turismo, es directa y significativa. Además, que, entre el desarrollo de las competencias básicas y genéricas y la formación en competencias cognoscitivas, habilidades y destrezas del perfil profesional; existe una correlación moderada positiva y significativa. Asimismo, entre el desarrollo de las competencias específicas y la formación en competencias cognoscitivas, habilidades y destrezas del perfil de los profesionales en Turismo.

En la tesis de licenciatura: **“La Inserción Laboral del Licenciado en Turismo en la Provincia de Trujillo: egresado de la Universidad Nacional de Trujillo”** (2014), realizada por Julio Cesar Tirado Valle, la finalidad es identificar y analizar

aquellos aspectos técnicos, legales y económicos que representan una limitación en la inserción laboral del licenciado en turismo. Se concluyó que una limitante para la inserción laboral es la formación académica profesional, ya que en lo humanístico y profesional posee conocimientos sólidos, pero es débil en áreas operativas. Otra limitante es la legislación turística, por un lado el Colegio de Licenciados en Turismo se encuentra como un organismo débil y la ley general del turismo 29408, solo regula la actividad turística, pero no la labor del profesional de este sector, y finalmente en el sector público el requerimiento de especialistas es escasa, ya que solo 6 municipios han implementado áreas de turismo y tienen poco presupuesto destinado al pago de personal, de los cuales no necesariamente son especialistas en turismo.

La población lo conforman empresas prestadoras de servicio turístico de la provincia de Trujillo, representantes del sector público del sector turismo y 226 egresados. Se utilizó como técnica la encuesta, para conocer que puestos de trabajo están asumiendo los licenciados en turismo y la entrevista para representantes públicos y privados del sector turismo.

Asimismo, en el estudio: **“Inserción Laboral de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín Arequipa 2015”** realizada por Elard José Condori Mendoza y Jonatan Michael Matta Arancibia (2016) para obtener el título de licenciado en turismo, se propuso investigar la inserción laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la UNSA, a un nivel descriptivo-explicativo, no experimental

y transeccional. La muestra lo conformaron 160 egresados de la Escuela de Turismo y Hotelería de los años 2013 y 2014. Se determinó que la inserción laboral de los egresados es regular, así como las condiciones de trabajo. La dificultad que se ha observado es que el licenciado en turismo no es adecuadamente valorado en el mercado laboral, recibiendo bajas remuneraciones, se desempeñan principalmente en hospedajes y agencias de viajes, pocos laboran en el sector público y en la actividad del guiado y los restaurantes; y aquellos que no trabajan en alguna línea de su carrera, están en la docencia y administración principalmente.

Finalmente, en la tesis denominada: **“Formación Profesional en Hotelería y Turismo e Inserción Laboral caso: Facultad de Ciencias Aplicadas-UNCP-TARMA”**, realizada por Deissy Elizabeth Peralta Medina. (2015), se buscó determinar la incidencia de la formación profesional en la inserción laboral de los egresados. La investigación es aplicada, de alcance descriptivo explicativo, de diseño no experimental-transversal y tuvo como muestra 62 egresados entre los años del 2008 al 2012.

Se concluyó que la formación profesional influye moderadamente en la inserción laboral, ya que la formación que reciben es de nivel medio-alto y la inserción en el mercado laboral del sector es medio. Agrega que se requiere conocer la opinión de los empresarios acerca de las competencias profesionales que los egresados en turismo deben tener.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Perfil

Díaz-Barriga, et al, (como se citó en Huerta, 2014) manifiesta que tradicionalmente el concepto de perfil ha estado ligado a objetivos muy generales a ser logrados al final de un ciclo, nivel o programa educativo. Básicamente, era concebido como un listado categorizado de funciones determinadas que debería el egresado ser capaz de cumplir al insertarse al campo profesional. Los perfiles contienen una secuencia de proposiciones sobre los principales conocimientos, habilidades intelectuales, destrezas, actitudes y valores éticos con los que debe contar el egresado para ser capaz de desempeñar con eficiencia y eficacia sus funciones profesionales.

Además, agrega Huerta (2014), el proceso de elaboración de perfiles desde el enfoque estructural comprende:

- Investigar los conocimientos, técnicas y procedimientos disciplinares, para cuyo propósito se analizan las áreas de disciplina y se determinan las técnicas, métodos y procedimientos a emplearse en el campo de acción.
- Investigar las áreas donde va a intervenir el profesional: se ubican las áreas donde puede trabajar, a partir de los resultados obtenidos identificar el mercado ocupacional y las competencias necesarias en la disciplina. Además, se debe definir cada una de las áreas identificadas.

- Análisis de las tareas potenciales del profesional: en este caso, se identifican tareas que deberá efectuar el futuro profesional sobre la base de los resultados de la investigación, el mercado ocupacional y las competencias necesarias en la disciplina; además, se define cada una de las tareas seleccionadas y se jerarquizan según los niveles de generalidad e inclusividad.
- Determinar los niveles de acción y poblaciones donde podría intervenir el profesional: se identifica los rangos de acción y las poblaciones donde podrá llevar a cabo su trabajo, considerando la necesidad del mercado y el entorno a futuro, para luego definir y delimitar cada nivel de actuación.
- Elaboración de los perfiles a partir de integrar las áreas, tareas y niveles: se elaboran matrices tridimensionales considerando la integración de áreas y tareas en cada nivel de acción. Se determina el perfil de acuerdo a la labor del profesional, las investigaciones y las competencias laborales y se especifican los enunciados para las áreas respectivas respecto a las tareas y niveles de acción.
- Evaluación del perfil profesional: finalmente, se evalúa la coherencia interna del perfil y la coherencia del perfil profesional respecto a la fundamentación de la carrera y las necesidades detectadas. Desde la óptica de formación por competencias, ya no se hace alusión al término perfil del egresado, sino que se suele mencionar como competencias del egresado, competencias laborales, competencias profesionales. Por ello, en el presente trabajo, al referirnos al perfil del ingresante podemos hablar de competencias académicas, del perfil del egresado como competencias del egresado, del

perfil laboral como competencias laborales y del perfil profesional como competencias profesionales.

Es importante por otro lado mencionar a Castelo y Avolio, 2004 (como se citó en Huerta, 2014) quien afirma que el diseño curricular con un enfoque por competencias se elabora a partir del perfil profesional descrito, que involucra los desempeños esperados del profesional para resolver problemas en un área ocupacional determinada. De esta forma, asegura las condiciones de empleo de la oferta formativa que se ha diseñado. Esto se vincula a la realidad contemporánea donde el trabajador debe desarrollar la capacidad de anticiparse a diversas situaciones y resolver problemáticas que puedan presentarse, planteando alternativas de solución, tomar decisiones adecuadas e involucrarse en el proceso de planeación y control de sus actividades. Asimismo, contribuye a la investigación sobre el aprendizaje y plantea alternativas que favorecen el aprendizaje significativo y duradero.

Perfil del egresado

Para Díaz (como se citó en Huerta, 2014) el perfil del egresado o competencias del egresado está plasmado en un documento público que reúne las competencias y capacidades que un egresado adquiere al concluir su formación profesional en la universidad. De modo que, dichas competencias se van actualizando de manera permanente.

Además, la elaboración de las competencias del egresado necesita de una previa investigación, análisis y discusión; de manera que permita planificar los

proyectos formativos de la universidad y elevar la calidad del servicio educativo.
(Huerta, 2014, p. 140)

Por lo tanto, el perfil de egresado en turismo requiere de identificar las competencias principales basadas en la naturaleza de la profesión. Es así que Feijóo (2016), manifiesta respecto al sector hotelero que hoy por hoy, la industria, fuertemente desarrollada, tiene en claro las habilidades y competencias que definen el perfil de la persona ideal para desarrollar su actividad en hotelería. Lo importante de este perfil es que, viene a ser el resultado de años de historia y evolución de la industria hotelera. Estas cinco competencias son:

- Clara orientación al servicio: la esencia del trabajo está directamente vinculada a la asistencia de los clientes y sus necesidades.
- Facilidad para desarrollar relaciones interpersonales: tanto dentro del equipo de trabajo, como con clientes, la relación cara a cara es el mayor desafío y fuente de oportunidades en esta industria.
- Disposición para el vínculo intercultural: flexibilidad para desenvolverse entre clientes de diferentes países, hábitos, religiones, etc., necesita tanto de habilidades técnicas, como saber idiomas, así como también de aptitud mental y la apertura necesaria para asimilar, entender y resolver distintas necesidades de los clientes.
- Capacidad para el trabajo en equipo: el trabajador de la industria de la hospitalidad debe aceptar que el trabajo en equipo es fundamental para maximizar las potencialidades individuales del talento en una empresa, y

esto es esencial en escenarios tan competitivos como el de hotelería y el turismo en la actualidad.

- Capacidad de creatividad e innovación: en esta industria cada situación con el cliente abre la puerta para el desarrollo de nuevas respuestas y soluciones, en virtud a la premisa básica de atender las cambiantes necesidades de los clientes.

Básicamente, la rutina en estas empresas es entender que todo cambia y cada cliente es un individuo con necesidades, que merecen un tratamiento particular. (Feijoó, 2016, p.26).

Es así que en las diversas áreas del sector se requiere determinadas competencias para un desempeño exitoso y mayores posibilidades de empleabilidad. Eso significa, que el profesional en turismo debe contar con un perfil que le permita dirigir, manejar, operar y controlar una organización turística y una adecuada vinculación, concertación, comunicación con el turista potencial y real. (Ramírez, 2009, p.7)

1.2.2. Competencias

Según Alles (2009): “Para Corominas competencia es una palabra que proviene del latín *competere*: “*ir una cosa al encuentro de otra, encontrarse, coincidir*”, “*ser adecuado, pertenecer*”, que a su vez deriva de *petere*: “dirigirse a, pedir”.” (p.14).

“Estos significados se remontan al siglo XV. Corominas incluye como derivados de “competir”, la palabra competente: “*adecuado, apto*” y *competencia*, desde

fin del siglo XVI” (Alles, 2009, p.14). Asimismo, “A partir del siglo XV, *competere* comienza a adquirir el significado de “pertener a”, “incumbir”, “corresponder a”. Es así como se constituye el sustantivo *competencia* y el adjetivo *competente*, cuyo significado comienza a ser el de “apto” o “adecuado” (Huerta, 2014, p.83). Podemos ver que el término competencia adquiere diferentes términos polisémicos. Desde las distintas conceptualizaciones de competencia podemos inferir que el concepto de competencia ha ido evolucionando, de un análisis de capacidades y actitudes, luego como un saber eficiente, y después como un consolidado de conocimientos, habilidades y destrezas posibles de aplicarse en diferentes contextos. (Huerta, 2014)

Es importante destacar que en su concepción el término competencia ha evolucionado también desde un enfoque funcionalista hasta un enfoque complejo. Tal es así que, Tobón (2008), lo conceptualiza como procesos complejos en un desempeño idóneo en contextos específicos, donde se integran distintos saberes, es decir; contempla el saber ser, saber hacer, saber conocer y saber convivir. (p. 8).

Por otro lado, Pereda, Berrocal y Alonso (2014), para profundizar en el concepto explican que lo primero que un trabajador necesita para obtener buenos resultados en su actividad laboral, son *los conocimientos* que exige su trabajo, es decir un **saber**, pero esto no asegura que todos los que cuenten con el conocimiento lleven a cabo su trabajo con la misma efectividad si no que necesitan además saber aplicar dichos conocimientos a las situaciones diarias;

por lo tanto, se requiere que la persona cuente con las *habilidades y destrezas* que exige su trabajo; es decir, **saber hacer**. También, es preciso que asimile la cultura y normas de la organización, aspecto que está vinculado a las actitudes, los valores y propósitos que se muestran en el **saber estar**. Además, para que el individuo asuma ciertos comportamientos que le exige su trabajo, es necesario que se encuentre adecuadamente *motivada*; es decir, responda al **querer hacer**, condición importante para realizar de manera voluntaria diversas iniciativas y comportamientos. Un aspecto final que no forma parte de las competencias, pero si necesario para desarrollar su labor, son los *medios y recursos* que se necesitan para llevar a cabo la actividad, esto se refiere al **poder hacer**.

Entonces, podemos concluir que los componentes antes explicados de manera individual son necesarios para que el trabajador desarrolle sus actividades. Sin embargo, éstos no se dan de la misma forma al momento de aplicarlos en distintos casos concretos, ya que un comportamiento se muestra como resultado del efecto conjunto de dichos componentes.

Por ello, Le Boterf, Barzucchetti y Vincent (como se citó en Pereda et al., 2014), afirman que las competencias se determinan e identifican dentro de un contexto laboral específico donde se aplicarán, por lo que una competencia no es un conocimiento, habilidad o actitud aislada, sino que resulta de la integración de todos los componentes en el desempeño laboral.

Según Ortiz, Rendón y Atehortúa (2012), hablar de competencias en el campo organizacional, es relativamente reciente; sin embargo, ser competente en un determinado campo o disciplina ha sido siempre necesario a lo largo de la historia. Incluso en las tribus primitivas hace más de 15 000 años un cazador competente definía una línea de mando y creaba prestigio y respeto en su grupo, una actividad importante como era la caza del mamut, promovía la actividad colectiva y coordinada un buen ejemplo de la competencia “trabajo en equipo”.

En la edad media, en el mundo de artesanos y pintores, un aprendiz era observado y elegido por los maestros gracias a su talento en el arte, su interés y motivación para desarrollarse y dominar el oficio. Esto demuestra que ser competente en un área determinada requiere de estudio, reflexión, tiempo y experiencia orientada a tener éxito en el desempeño. Por tanto, requiere de un proceso de desarrollo permanente. Igualmente, cuando un señor feudal requería los oficios de un herrero, buscaba al mejor, y ser el más competente creaba prestigio frente al resto de los individuos, legitimado por el producto de calidad que se entregaba.

Del mismo modo, en el mundo del deporte, es necesario ser competitivo, ya que siempre habrá de aquellos más hábiles y fuertes. Lo cierto es que ser competitivo en cualquier actividad va a determinar nuestra continuidad en el mercado.

En la cultura china, el concepto de “competencia” aparece con la dinastía imperial Ming, fundada por Zhu Yuánzhang, quien gobernó de 1368 a 1644. Un aspecto notable de su gobierno fue asignar los cargos más importantes a las personas más competentes a través de la política de la meritocracia. Para ello, se creó y aplicó evaluaciones de conocimientos y habilidades, especialmente exámenes competitivos orientados a ingresar a la función pública.

1.2.2.1. Las competencias en la historia de la Administración

Para Ortiz, Rendón, Atehortúa (2012), ser competente ha sido muy importante en las diversas actividades humanas, así como también en el campo de las organizaciones, de las empresas y más aún en el mundo de hoy que tiene a la competitividad como un elemento importante. Tal es así que, Frederick W. Taylor (1856-1915), denominado el padre de la administración científica, en su libro “Administración Científica” publicado en 1911, plantea etapas y conceptos para mejorar el trabajo vinculado a la gestión por competencias.

Asimismo, Henry Fayol (1841-1925), en su libro “Administración Industrial y General”, nos habla del principio de la división del trabajo que se vincula con las competencias, al afirmar que estas deben lograr su máximo desarrollo afianzándola con la experiencia que va incorporando. Esto, de algún modo adiciona un factor fundamental hoy en un profesional para el desarrollo de competencias, la “experiencia”. Asimismo, el sociólogo estadounidense Elton Mayo (1880-1949), que

estudió el comportamiento organizacional, evidenció la influencia que el entorno físico del trabajo tiene sobre la productividad y determinó la relación entre la satisfacción de las personas en el trabajo y los resultados.

Su contribución sobre lo significativo de la comunicación en la vida laboral y el nivel de las relaciones interpersonales, que son aspectos que influyen en la motivación y los resultados productivos, se constituyen en la base del enfoque de las relaciones humanas. Los estudios realizados en la empresa Western Electric Corporation de Chicago en 1924, cuyos descubrimientos se conocen como los estudios Hawthorne, han evidenciado que la comunicación y las relaciones interpersonales son competencias importantes, que se abordan siempre cuando se trata el tema en las teorías y modelos actuales.

Del mismo modo, el economista y sociólogo alemán Max Weber (1864-1920), llamado el padre de la teoría de la Burocracia, relaciona la ciencia organizacional con la gestión por competencias. En su libro *The Theory of Social and Economic Organization*, plantea que los cargos deben ser ocupados por las personas más idóneas y con capacidad para desempeñar dichos cargos; es decir que, para Weber, las personas deben tener “méritos probados”, es lo que hoy en un escenario distinto se mide en un modelo de gestión por competencias.

Por otro lado, Pereda et al. (2014) manifiestan que, a mediados del siglo XX, Douglas McGregor (1906-1964), otro precursor de la teoría organizacional, sostiene en su libro “El aspecto humano de las empresas”, su teoría X y Y de la administración, que las personas tienen posibilidades de desarrollo, capacidad para asumir responsabilidades, predisposición y motivación para contribuir con los propósitos de la organización y hace referencia además al término ‘**competencia**’, al afirmar que la experiencia y la competencia, son méritos que van cambiando en las personas y les permiten ver las responsabilidades de su trabajo de diferente manera.

David McClelland (1917-1998) en su libro “The achieving society”, es el primero en aludir el término “competente”, cuando habla acerca de las personas motivadas por el logro, manifiesta que ellas prefieren trabajar con una persona competente, sin que esta sea necesariamente de su agrado, antes de trabajar con alguien que le agrada, pero es poco competente.

Podemos observar que la ciencia administrativa desde sus inicios consideró necesario incorporar personas capaces en cargos correctos dentro del proceso productivo, como un factor fundamental para su desarrollo.

1.2.2.2. Principales modelos sobre Gestión por Competencias Origen del Modelo Funcional o de Competencias Laborales

Ortiz et al. (2012), refieren que el modelo de competencias laborales nace del interés de los empresarios por encontrar la mejor manera de contrarrestar las deficiencias en la ejecución de las funciones de sus empleados en la parte operativa. Para responder a esto, los organismos de capacitación estatal orientaron su sistema formativo hacia la instrucción técnica en los oficios y su consiguiente evaluación, de tal manera que, con estos mecanismos pudieran certificar el nivel competente de los trabajadores. Inglaterra, junto con Australia, fueron los países pioneros en desarrollar los conceptos y la metodología del sistema de competencias laborales.

Hacia 1980, surge en Gran Bretaña la creación del sistema nacional de competencias laborales. El método funcional propone la construcción previa de la norma de competencia laboral para dar forma luego a la implantación de la estrategia de capacitación estatal.

Modelo de Competencias Comportamental o por asignación de niveles de competencia

Ortiz et al. (2012), afirman que dicho modelo, denominado también modelo por niveles, fue el precursor en la indagación del tema, y constituye una propuesta imperante y la más aplicada hasta nuestros días a nivel mundial. La mayor parte del material disponible sobre el

tema de las competencias, proviene de este modelo o confluye en él (p.17).

Es importante destacar que David McClelland realizó una investigación, donde utilizando muestras de diferentes cargos identificó las conductas distintivas de las personas con desempeños destacados o exitosos en tales actividades laborales. Los aportes permitieron instrumentalizar y desarrollar el modelo de Gestión por Competencias de orden comportamental, que hoy en día conocemos en las empresas. Así, McClelland/McBer and Company desarrollaron la metodología “Job Competence Assessment” (JCA), o “Método de valoración de competencia en el trabajo”. Para McClelland, el factor diferenciador entre un trabajador con rendimiento superior y uno promedio, son sus competencias. (Ortiz et al., 2012).

Al mismo tiempo, Ortiz et al. (2012) agregan que las contribuciones de Richard Boyatzis, en su libro *The Competent Manager* a inicios de los ochenta, hicieron énfasis particular en cargos de nivel gerencial, buscando con ello un posible y único modelo de competencias para gerentes identificando competencias genéricas, observadas en gerentes de desempeño destacado, las agrupa en grandes variables que denomina “Cluster de Competencias”.

Boyatzis definió el concepto “competencia” como: “aquellas características internas que posee una persona y que se vinculan de manera causal con el nivel de desempeño en el cargo”. Bajo este concepto las competencias pueden incluir diversos aspectos como características de personalidad, habilidades, conocimientos, aspectos relacionados con la autoimagen y el rol social que un individuo esté desempeñando en un momento determinado.

En 1992, la psicóloga y profesora francesa Claude Levy-Leboyer , publica sus descubrimientos sobre el tema, afirmando que las aptitudes y los rasgos de personalidad a la hora de evaluar el desempeño exitoso de una persona en un puesto de trabajo, y verificar, por otra, si la experiencia es el factor determinante del performance superior. Con base en sus análisis Levy-Leboyer afirma que las competencias se manifiestan cuando se relacionan los objetivos a cumplir y los comportamientos para hacerlo, al mismo tiempo se ponen de manifiesto las cualidades personales para tener un comportamiento satisfactorio.

Del mismo modo Lyle M. Spencer y Signe Spencer En 1993, Spencer y Spencer publican su libro *Competence at Work, Models for Superior Performance* (John Wiley & Sons, Nueva York) en el cual desarrollan dos aportes fundamentales al tema: 1. El modelo del Iceberg para entender los componentes de las competencias. 2. Un diccionario de

competencias el cual incluye las conductas identificadas como eficaces en diferentes familias de puestos de trabajo.

A partir de éste modelo, Spencer y Spencer consideran que la competencia proviene de las características subyacentes de la personalidad, a partir de las cuales se puede anticipar una respuesta en diversas situaciones laborales y plantean la siguiente definición: “competencia es una característica interna que posee el individuo y que está relacionada de manera causal con el estándar de efectividad o al ejercicio superior en un trabajo o situación”.

Modelo score de competencias: un nuevo enfoque para la gestión por competencias

Ortiz et al. (2012) en su modelo, “Score de Competencias” como cualquier otro modelo, parten del diseño del perfil del cargo por Competencias. En este proceso se define, dos características propias de la propuesta y no comunes con otros modelos, **la descripción del perfil individual** de cada cargo, y **el sentido de contribución a la cadena de valor** identificada en el enunciado del objetivo de cada uno de ellos, y en los productos que entrega, a partir de los cuales se elabora los Criterios de Desempeño. (p.51)

Considerando el entorno competitivo, las características del sector turismo, la relevancia que tienen el nivel de la calidad de los diversos procesos en el servicio y la necesidad de generar valor en los mismos; es necesario alinear los puestos a la cadena de valor agregado del negocio y describir el perfil de cada puesto y el aporte particular de cada cargo al proceso, así como la realidad de la aplicación complementaria de los distintos saberes al logro de resultados comunes, bajo una visión sistémica del negocio o de la institución.

1.2.3. Empleabilidad

Alles (2009) afirma que la "Empleabilidad es la capacidad de obtener un empleo. Las personas pueden ser más o menos empleables, tener una empleabilidad alta o baja, la misma que podrá medirse en meses o en una distinta unidad de tiempo" (p.45).

Además, agrega que la empleabilidad se sustenta sobre cuatro pilares importantes, tres de ellos modificables por las personas como los conocimientos; que se pueden adquirir, las competencias que se pueden desarrollar y la actitud para buscar empleo. El elemento número cuatro es el mercado en el que no se puede actuar en forma aislada. La clave es sostenerse interesante frente al empleador y eso implica una constante actualización de las capacidades y la disponibilidad para el trabajo. (Alles,2009).

Por otro lado, Allens (2009) haciendo mención a Goleman y David McClelland, manifiesta que hoy las reglas en el trabajado ya no son las mismas, para acceder a un empleo ya no son suficientes los conocimientos, la preparación y la experiencia, sino también la manera como respondemos a determinadas situaciones en el trabajo, con uno mismo y con los demás. De manera que esto determina la decisión de ser considerados posibles candidatos para ocupar un puesto o no. Los nuevos escenarios anticipan quien tiene mayores probabilidades para un desempeño exitoso en el puesto y quienes no cumplen con las condiciones.

En la Revista Internacional de Investigación Académica en Ciencias Empresariales y Sociales Jae-Bong (como se citó en Ching-Yi, 2013), afirma que el concepto de empleabilidad se formuló inicialmente durante la década de 1950, pero no tuvo un impacto real hasta finales de la década de 1990, y se describe como: un agregado de logros, entendimientos y atributos personales que hacen que las personas tengan más probabilidades de obtener un empleo y tener éxito en sus ocupaciones elegidas, que se benefician a sí mismas, benefician la fuerza laboral, la comunidad y la economía. En cuanto a la empleabilidad como un propósito para la educación superior, se torna necesario una revisión del currículo y su implementación.

Al respecto Zehrer y Mo"ssenlechner 2009 (como se citó en Ching-Yi, 2013) plantean que es un gran reto para las instituciones educativas transmitir y promover no solo habilidades profesionales, sino también habilidades sociales

y personales orientadas a la actividad de un campo profesional específico de manera sostenible para garantizar un programa de alta calidad y buenas oportunidades de empleo para graduados.

Tomando en cuenta esto último, Dhiman (2012) en su estudio concluyó que los estudiantes de turismo no están bien equipados para desempeñar un papel inmediato en muchas áreas operativas y de gestión, y deben recibir una capacitación bastante extensa antes de que sean completamente funcionales en una empresa de turismo. Podemos ver que no hay una coincidencia entre las características que esperan los empleadores y las que poseen los estudiantes de turismo en cuanto a las habilidades y atributos necesarios para ser empleables, los mismos que se deben priorizar para asegurar su éxito profesional.

Asimismo, agrega Dhiman (2012) que existe una necesidad de abordar las brechas entre las expectativas de los empleadores y los resultados de la educación turística; esto tiene que ver en gran medida con más estudios sobre las percepciones de los graduados en turismo que ya están empleados en la industria y en los cuerpos académicos y profesionales que desempeñan un papel enorme y muy importante en la producción del currículo para ayudar a desarrollar estas habilidades en futuros profesionales del turismo, de manera que la comunidad académica de turismo puede tener que debatir en qué medida es deber de las instituciones de turismo fomentar el aprendizaje de

habilidades de empleabilidad y otras competencias que los reclutadores de turismo consideran importantes.

Al respecto, el Ministerio de trabajo y promoción del empleo (MTPE), realizó en el año 2013, una encuesta de demanda ocupacional en el sector turismo (Restaurantes, hoteles y agencias de viajes) en forma virtual, con el objetivo de recoger datos acerca de la demanda ocupacional futura en el año 2014, y conocer los principales requerimientos de dicha demanda y superar el reto de elevar la calificación de los trabajadores; de manera que, se pueda responder de mejor manera los requerimientos de las empresas.

Además, en el mercado del trabajo se ha evidenciado un escaso conocimiento de la mano de obra que el sector empresarial requiere, y también el nivel de calificación y competencias que se necesita que el trabajador tenga para realizar adecuadamente sus funciones. Asimismo, hay una permanente brecha insatisfecha por parte de las empresas para cubrir plazas de trabajo de manera que aproximadamente de tres de cada diez empleadores (28,0%) tienen inconvenientes para cubrir una vacante, debido a la falta de talento disponible.

Es importante señalar que la encuesta se realizó a un número de empresas privadas formales con 20 a más empleados del sector turismo, que incluyen a tres subsectores: restaurantes, hoteles y agencias de viajes. La información obtenida contribuye a identificar las ocupaciones que más se demandan en el sector turismo y promover la mejora de la oferta formativa de modo que se

puedan acortar las distancias entre el mercado laboral y la formación de profesionales; orientando políticas, instrumentos y programas de capacitación que permitan una correspondencia más cercana entre la inadecuación ocupacional y la inserción laboral.

Asimismo, se señala que los sectores que más sumaron al crecimiento económico fueron el sector servicios, comercio y construcción, siendo el rubro de servicios el que más aportó, entre ellos el rubro de turismo que comprende restaurantes y hoteles en este caso. Entonces el turismo es una actividad capaz de promover empleo al mismo tiempo que su crecimiento en los distintos destinos del país.

Justamente en el tercer trimestre de 2013, la actividad en restaurantes y hoteles creció en 6,1%, gracias al incremento de la demanda de hospedaje por turistas nacionales y extranjeros; y por crecimiento de los negocios de concesionarios de alimentos, restaurantes, pollos a la brasa, comidas rápidas, chifas, fuentes de soda y cafeterías. Así como el incremento de cevicherías, restaurantes turísticos y pizzerías. (MTEP,2013)

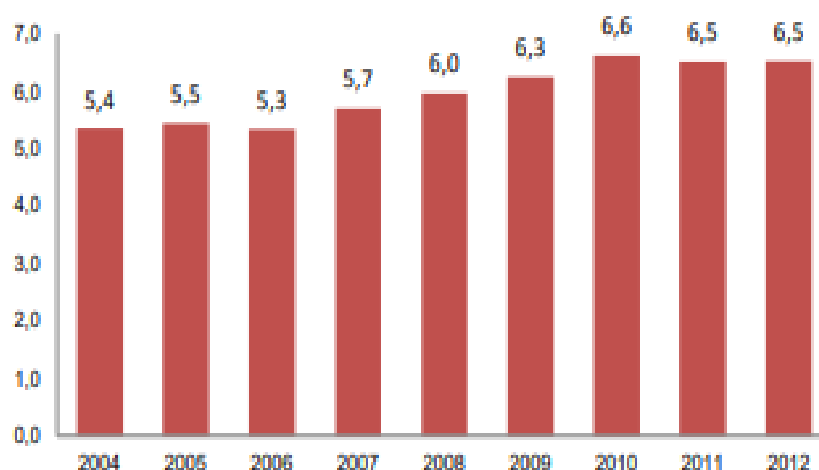
Cabe destacar que, en el 2012, el rubro de restaurantes y hoteles, aumentó 8,8% con relación al 2011 al PBI; reportando mayor actividad en restaurantes (8,8%) como en hoteles (8,9%). De modo que, los últimos años se reporta una conexión positiva entre la producción y el empleo en restaurantes y hoteles, de modo que en la medida que se incrementa la producción también aumenta el

empleo y viceversa, esto es notorio sobre todo en aquellas empresas que cuentan con 50 a más trabajadores. Esto, por lo tanto, crea la necesidad de personal capacitado para desempeñarse en estos rubros.

En el siguiente cuadro podemos observar que el empleo en restaurantes y hoteles, ha crecido en 1,1 puntos porcentuales del 2004 al 2012. De modo que, en el 2012, el empleo en restaurantes y hoteles significó el 6,5% del empleo total, concentrando a 1 millón 13 mil trabajadores.

Grafico 1

PERÚ: PARTICIPACIÓN DEL SECTOR RESTAURANTES Y HOTELES EN EL EMPLEO TOTAL, 2004-2012
(Porcentaje)



Fuente: INEI - Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza, continua 2004 - 2012. Metodología actualizada.
Elaboración: MTPE - DOPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

Con relación a las Agencias de viaje y Turismo, MINCETUR (2004), refiere que las mismas se constituyen en una persona natural o jurídica, dedicada a la coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y ventas de servicios turísticos, a través de medios propios o contratados para su

prestación. Estas se clasifican a la vez en minoristas, operadores de turismo y agencias de viajes y turismo.

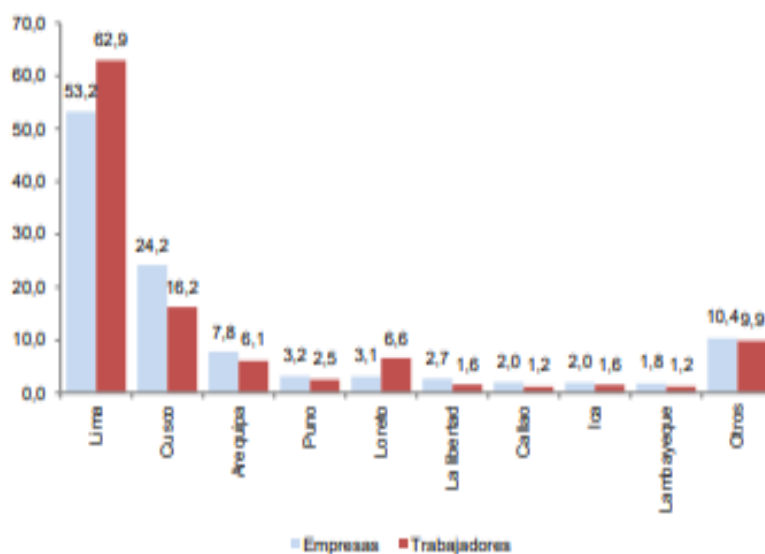
Hasta junio del 2013, había 1905 agencias de viajes formales. De los cuales 53,2% se encuentran en Lima, 24,2% en Cusco, 7,8% en Arequipa y 3,2% en Puno para mencionar las más destacadas. El número de trabajadores, hasta esa fecha son 7 414 trabajadores distribuidos en los departamentos de Lima, Cusco, Arequipa, Puno y Loreto, los cuales representan el 94,3% del total de trabajadores de las agencias de viaje a nivel nacional. Como podemos observar en el siguiente gráfico 2. Además, en la información del gráfico podemos ver que la región Ancash no figura entre las nueve regiones consideradas con agencias de viajes formales, lo cual nos permite inferir que hay más informalidad en este subsector.

Específicamente en la ciudad de Huaraz un aspecto que afecta de manera negativa la actividad turística es justamente la informalidad de algunas agencias de turismo, que por supuesto es materia de otro estudio; pero que está íntimamente vinculada a la inserción laboral de profesionales en turismo de la zona, ya que muchas de estas agencias no cuentan con vehículos de transporte propios, manejan bajas tarifas afectando la calidad del servicio, asimismo no cumplen en muchos casos con los horarios programados de los circuitos turísticos y tampoco cuentan con personal calificado que le de profesionalismo a esta actividad tan importante en la zona. Esto último perjudica a los profesionales en turismo, que justamente se han formado para estar frente a estas empresas o formar parte de ellas. De manera que, la informalidad es

una problemática que requiere ser contrarrestado con el esfuerzo y compromiso de los actores involucrados en el turismo, es decir; el estado, la empresa privada y los usuarios.

Grafico 2

PERÚ: EMPRESAS Y TRABAJADORES, DE LA ACTIVIDAD AGENCIAS DE VIAJE DEL SECTOR PRIVADO FORMAL SEGÚN DEPARTAMENTO, JUNIO 2013
(Porcentaje)



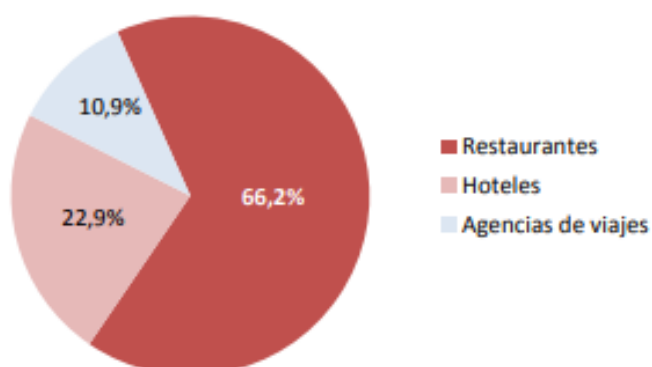
Fuente: OGETIC-Oficina de Estadística-Base de datos Planilla Electrónica, junio 2013.
Elaboración: MTPE - DGPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

1.2.3.1. Empresas que requerirán nuevo personal por subsectores

El MTPE (2013), según las encuestas realizadas a las empresas de turismo un 47,6% contratarían nuevo personal; de las cuales 66,2% son del rubro restaurantes, 22,9% de hoteles y 10,9% de agencias de viajes.

Grafico 3

PERÚ: EMPRESAS QUE REQUERIRÁN NUEVO PERSONAL POR SUBSECTORES
(Porcentaje)

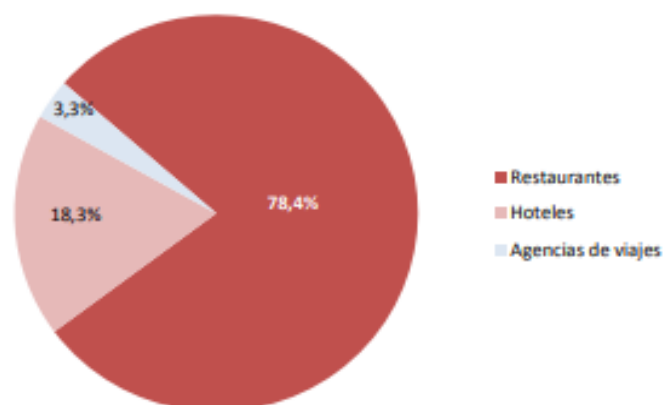


Fuente: MTPE - Encuesta de Demanda Ocupacional, III Trimestre 2013.
Elaboración: MTPE - DGPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

De manera que para el año 2014, según este estudio las empresas de turismo necesitarían 5856 trabajadores, divididos en el rubro de restaurantes 4593, que significa un 78,4%, en el rubro hotelero 1071 representando el 18,3% y en el rubro agencias de viajes 192 trabajadores que implica el 3,3% del total de trabajadores. Como podemos apreciar en el cuadro siguiente.

Grafico 4

PERÚ: PERSONAL A REQUERIR POR SUBSECTORES
(Porcentaje)



Fuente: MTPE - Encuesta de Demanda Ocupacional, III Trimestre 2013.
Elaboración: MTPE - DGPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

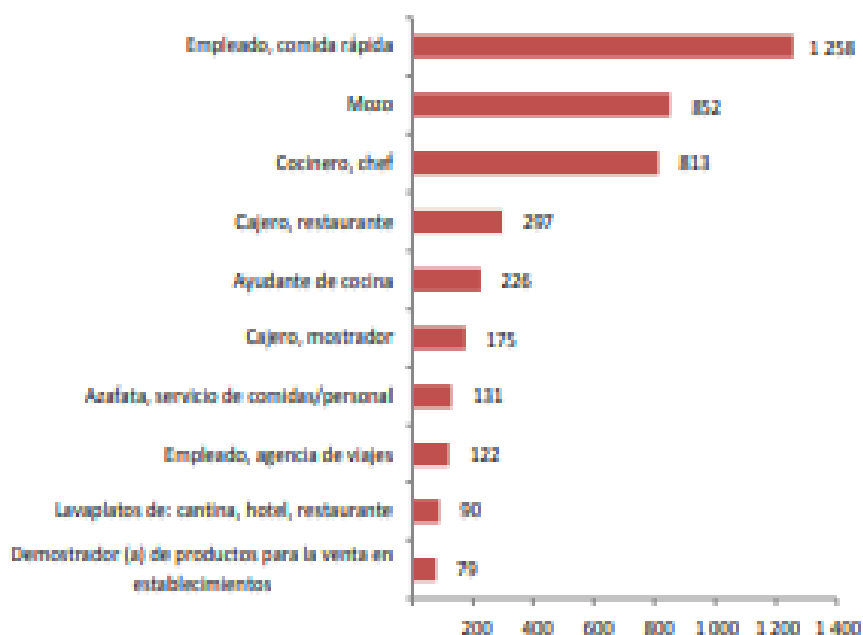
Ocupaciones más requeridas por subsectores

Para ampliar los resultados anteriores, a continuación, se observa en el gráfico 5, los empleos más solicitados en turismo por subsectores.

En el rubro restaurantes se necesitarían 1258 trabajadores/comida rápida, 852 mozos, 813 cocineros y chefs, 297 cajeros de restaurantes, 226 ayudantes de cocina, entre los más destacados y los cuales representan el 88,0% del total de empleados necesitados en restaurantes, como podemos apreciar en el cuadro siguiente.

Gráfico 5

PERÚ: OCUPACIONES MÁS REQUERIDAS EN EL SUBSECTOR RESTAURANTES (Personas)



Nota: Cifras referenciales.

Fuente: MTPE - Encuesta de Demanda Ocupacional, III Trimestre 2013.

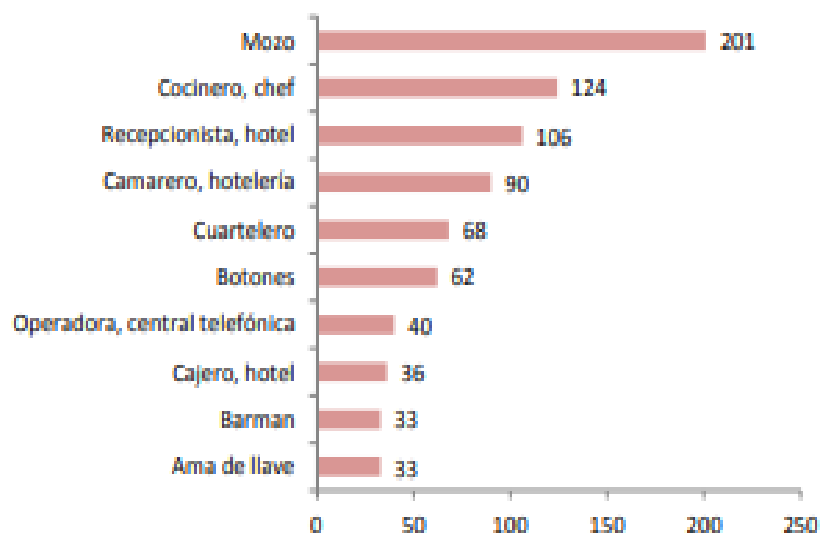
Elaboración: MTPE - DGPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

Asimismo, en el rubro de hoteles se necesitarán 201 mozos, 124 cocineros, 106 recepcionistas, 90 camareros y 68 cuartereros, entre los destacados. Sumado a ello se necesitarán botones, operadoras de central telefónica, cajero de hotel, barman y ama de llaves, representando estas 10 ocupaciones el 79,0% del total de trabajadores requeridos en hotelería.

Es importante mencionar que del año en que se recogió esta información a la fecha no se ha trabajado mucho en cuanto al fortalecimiento de capacidades del futuro profesional de la actividad turística frente a las necesidades que el entorno laboral, lo cual debe conducir a profundizar en el tema y adoptar políticas necesarias en favor tanto de la formación del egresado como el crecimiento de este sector tan importante de manera sostenible.

Grafico 6

PERÚ: OCUPACIONES MÁS REQUERIDAS EN EL SUBSECTOR HOTELES
(Personas)



Nota: Cifras referenciales.

Fuente: MTPE - Encuesta de Demanda Ocupacional, III Trimestre 2011.

Elaboración: MTPE - DGPE - Dirección de Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

Podemos observar que el turismo tiene un alto componente de mano de obra y es de alta especialización, por lo que la demanda es bastante específica en este caso, sin embargo, el turismo también requiere de profesionales en turismo que diseñen propuestas de desarrollo turístico sobre todo en zonas de gran potencial turístico y además estén capacitados para la gestión turística de modo que dirijan empresas turísticas con eficiencia y eficacia y promuevan la competitividad de las mismas.

En el caso específico de la región Ancash se calcula que en el 2018 el turismo interno hacia esta parte del país fue de 1,9 millones de viajes, lo cual representa el 4.3% de viajes a nivel nacional, según la encuesta trimestral de turismo interno. Asimismo, las estadísticas de arribos en los establecimientos de hospedaje muestran un incremento del 0.4% respecto al 2017; siendo la provincia más visitada Huaraz con un 35.3% de arribos, seguida del Santa en un 27.3% y Casma con 5.1% entre los más destacados. Los visitantes han tenido una permanencia promedio de 6 noches y el nivel de satisfacción es de 83.8 puntos, un nivel superior al mínimo aceptable de 80 puntos. (MINCETUR, 2018).

Respecto al turismo receptivo, en el 2018 Áncash recibió 2.7% del total de turistas extranjeros que visitaron el Perú; los que provienen principalmente de Estados Unidos, Francia y España. La principal ciudad visitada fue Huaraz, en un 82.4% y según los arribos a establecimientos de hospedaje hubo un crecimiento del 18.1% respecto al año anterior. Es importante mencionar

también que la capacidad hotelera se ha incrementado en 0.5%, así como plazas cama 2.7% y 2.8% en número de habitaciones con relación al 2017. (MINCETUR, 2018).

Es evidente que el turismo en Ancash ha tenido una afluencia significativa de turistas tanto nacionales como extranjeros; sobre todo en temporadas festivas y feriados largos, donde en muchos casos han sobrepasado la capacidad instalada de los establecimientos de hospedaje. Pero es necesario que este crecimiento sea sostenido, de manera que la calidad en el servicio un objetivo esencial de las empresas y destinos turísticos de éxito se asegure a través de la mejora permanente de sus procesos y su talento humano valorando y promoviendo la incorporación de competencias y la preparación de los profesionales en turismo.

De modo que sean ellos los protagonistas del cambio en la gestión turística de las empresas y el sector público. No podemos medir el éxito de un destino turístico sólo con la cantidad de arribos sino también con la calidad de sus servicios y el profesionalismo de la gente que trabaja para el bienestar de los visitantes asegurando su seguridad, disfrute y satisfacción. Entonces contar con profesionales en el sector es sumamente importante porque quien mejor conoce el campo del turismo es justamente un especialista en el mismo, por ello su preparación y formación resulta de vital interés para las instituciones formativas y los gobiernos de turno.

El siglo XXI ha traído muchos cambios y desafíos para las economías, las sociedades y las personas. Cumplir los objetivos de desarrollo, fomentar el crecimiento ecológico, la respuesta al cambio climático el envejecimiento de las sociedades y la economía del conocimiento son temas importantes en el debate internacional, ya que nos ubican en contextos y situaciones desconocidas que nos exigen análisis y decisiones inmediatas y aplicar nuevas herramientas y métodos. Esto plantea también nuevos objetivos para los proveedores de educación en todo el mundo.

Según el Diario de la Universidad de Turiba (2015), el siglo actual también se aborda como la "era en la que la palabra 'conocimiento' se encuentra más a menudo como un adjetivo (economía del conocimiento, sociedad del conocimiento, gestión del conocimiento)" (Holford, 2014: 7), que apunta al creciente papel de las universidades cuya misión no es solo educar a futuros especialistas, sino también fomentar el cambio y la innovación.

Los cambios de la última década también han Afectó el panorama educativo. El paradigma educativo ha cambiado de "educación basada en insumos a educación basada en resultados (basada en competencias, resultados de aprendizaje)" (Recomendaciones de la Conferencia Ministerial de Erevan Educación Superior 2015 de 2015: 3), que ofrece nuevas oportunidades para educadores y educadores y al mismo tiempo requiere nuevas competencias. Esto también ha resultado en el establecimiento de nuevos objetivos para las universidades europeas.

Las principales prioridades establecidas hasta el periodo 2020 son fortalecer la calidad y la importancia del aprendizaje y la enseñanza, garantizando el aprendizaje significativo del estudiante, fomentar la empleabilidad de los graduados a lo largo de su vida laboral, proporcionar acceso permanente al aprendizaje para un cuerpo estudiantil diverso, desarrollar e implementar estrategias efectivas de internacionalización (Tendencias 2015, Comunicado de Ereván, 2015).

1.2.4. Turismo

Es necesario al ocuparnos de un tema vinculado al turismo, abordar en su conceptualización ya que este, ha sido motivo de diversas definiciones por estudiosos del campo del turismo, así como de instituciones públicas y privadas del sector.

Para Jiménez (2013) La palabra turismo viene de las voces latinas *tour* y *torn*, las cuales significan tornar. Etimológicamente, proviene de la palabra latina *tornus*, que indica la acción de movimiento y retorno. El hecho turístico moderno está vinculado a la aparición del tiempo de ocio que tuvo lugar a partir de la revolución industrial, donde se empieza a distinguir entre el tiempo de trabajo y el tiempo en el que no se trabaja. Por lo tanto, en el ocio se deben contemplar dos aspectos importantes: el tiempo libre de obligaciones, y el asociado a una actividad libremente elegida de carácter satisfactorio. Según Dumanzedier, en

su obra *Hacia una civilización del ocio* (1968), este debe tener tres aspectos principales:

- Libertad: que define las actividades que los individuos realizan en sus horas libres por un deseo voluntario y no por alguna imposición.
- Desinterés: no tiene un fin lucrativo.
- Diversión: Se tiene una satisfacción personal.

Según Rejowski (1996), los primeros trabajos sobre investigación turística se registraron en 1870, convirtiéndose en las bases para la investigación científica. Pero fue después de la Segunda Guerra Mundial que la investigación turística alcanzó su mayor desarrollo particularmente en los años sesenta y setenta (Guzmán y Fernández 2002).

El turismo, como ciencia multidisciplinaria, ha permitido que la producción científica de su área, al ser alimentada desde las diferentes ciencias y disciplinas, se incremente de manera considerable incorporando simultáneamente las nuevas tecnologías, según las proyecciones para los próximos 20 años de la Organización mundial del Turismo (OMT). Esto se debe a que hoy el turismo representa uno de los mayores propulsores del crecimiento de la economía en el mundo.

Desde la perspectiva de Jiménez (1986), el turismo ha sido considerado como un hecho por la calidad y cantidad de hecho como tal, dadas las características singulares de:

- Voluntariedad: el hecho se produce por la voluntad de alguien.
- Creatividad: el hecho cambia y se enriquece con el tiempo.
- Reiterabilidad: el hecho puede darse varias veces en distintos momentos.
- Exigibilidad: implica el protagonismo del sujeto que produzca el hecho, para que este pueda existir.

Las tres primeras características corresponden a la parte objetiva (objeto del hecho) y la última, a la parte subjetiva (sujeto) de este. Es importante considerar también que, en el año 2001, el Licenciado en turismo Rondón, de la Universidad Privada de Tacna, Perú, definió el turismo como una ciencia denominada: “la Turismología”, considerada como una ciencia social de carácter fáctico, que se estructura en un proceso ordenado, motivado por diversos intereses y actividades, originando desplazamientos, el uso del espacio turístico, la generación de una planta turística, una estructura y una súper estructura que orienta su funcionamiento y su uso por parte de los homos turísticos.

Finalmente es importante tomar en cuenta la conceptualización que la Organización Mundial del Turismo (OMT) maneja, considerándolo como una suma de actividades de producción y consumo que promueve el movimiento y traslado de personas que pasan mínimo una pernoctación fuera de su domicilio habitual motivados por el viaje, el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa.

1.2.4.1. La Filosofía del Turismo

Diversos autores proponen modelos sistémicos para estudiar el turismo, como Neil Leiper, Beni, Boullón entre otros. Para Panosso el turismo puede ser estudiado como sistema por la visión total del objeto de estudio, sin embargo, falla en la concepción y análisis de los conceptos de entrada, salida y realimentación. (Jafari, 2005).

Según Jafari (2005) La OMT en el 2015, agrupa escritos e ideas dividiéndolas en plataformas: favorable, desfavorable, conciliadora y científica. Esta última, permite un estudio y análisis integral del turismo, profundizando no solo en los impactos que produce y las formas diversas de experimentarlo, sino que se está orientado principalmente a la formación de un cuerpo de conocimientos científicos que permitan profundizar en el estudio del turismo. Pero el estudio y la investigación son propósitos fundamentales de la ciencia, pero la instrucción es un tema que merece un capítulo aparte.

De manera que, en el tema de la instrucción, muchas universidades han incluido en su oferta formativa, la enseñanza del turismo en el mundo, desde cursos elementales de turismo, diplomaturas, licenciaturas hasta doctorados, orientando esfuerzos para la capacitación y desarrollo de los recursos humanos del hoy y de las próximas generaciones, considerando que también estas personas van

a promover y contribuir al desarrollo y enriquecimiento del saber científico del turismo.

Entonces la esencia de la filosofía del turismo reside, en la producción actualizada de conocimientos, sobre la base del ejercicio profesional y las nuevas experiencias en el campo de aplicación, igualmente utilizando el apoyo de otras disciplinas como la Administración, Sociología y Psicología, así como la Economía, Derecho y Antropología, entre otras.

1.2.4.2. Desarrollo Sostenible

El turismo ha registrado cifras de crecimiento importantes en el mundo tal es así que la OMT (2016), avizora en los próximos años un incremento sostenido del turismo, en un contexto dinámico, exigente, complejo y altamente competitivo. Agrega que el Perú cuenta con un patrimonio natural y cultural diferenciado, singular e indiscutible, pero esa competitividad turística reflejada en el valor económico, debe ir a la par del desarrollo de industrias vinculadas al sector y el desarrollo y formación de profesionales de gran calidad; articulados con universidades y centros de formación locales para asegurar la eficiencia, eficacia, constancia y sostenibilidad de los procesos. Además, la OMT (2016) agrega que, de 141 países, el Perú se encuentra en el lugar 63 respecto a la calidad y la competitividad de

recursos humanos, el lugar 61 con relación al nivel de cualificación de trabajadores y el lugar 92 respecto a la formación y capacitación de los trabajadores.

Sin duda esto refleja la necesidad imperiosa de plantear el tema de la formación y capacitación permanente de los recursos humanos tanto en las instituciones formativas como a nivel empresarial, en un campo dinámico, contemporáneo y con muchas expectativas de crecimiento como es el turismo y donde muchos lugares con potencial turístico han visto posibilidades de desarrollo y crecimiento económico que promueva calidad de vida y la oportunidad de darse a conocer en el mundo.

El turismo por su naturaleza y carácter multidisciplinario requiere de esfuerzos no solo de los entes normativos en materias de turismo sino también de los empresarios del sector, los gobiernos de turno y la academia quienes comprometidos en solo propósito puedan conducir al turismo a un crecimiento sostenido con visión de futuro.

Por ello, la OMT (2016), plantea la necesidad de preparar al profesional en turismo tanto para la demanda actual como para la demanda futura, ya que las tendencias del turismo van cambiando y la necesidad de un recurso humano mejor formado también. Considerando, que la efectividad de un sistema de gestión de recursos humanos es tan importante como las inversiones que se puedan realizar en

infraestructuras turísticas. Uno de los enfoques del desarrollo sostenible radica en utilizar, cuidar y preservar los recursos turísticos y pese al agente de cambio inevitable, conserve su esencia turística propia, auténtica y valiosa.

Esto, en el marco de los diecisiete (17) objetivos ODS del Desarrollo Sostenible, establecido por las Naciones Unidas (ONU) y la Agenda para el 2030, aprobada en septiembre 2015. De manera específica para el estudio los objetivos 4, 8 y 15, respectivamente referidos por un lado a **Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.**

Las entidades educativas tienen el deber de promover una formación de calidad, para que el profesional en turismo pueda acceder a un empleo digno y con calidad de vida gestione en un marco de desarrollo sostenible. Así mismo para las comunidades receptoras, en el marco de los derechos humanos, una cultura de paz y respeto a la diversidad cultural, como lo contempla las metas de este objetivo al 2030.

Asimismo, **Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.** Generando condiciones de empleabilidad para mejorar la capacidad de gasto, inversión y productividad sin afectar el

medio ambiente y la cultura. Considerando que al 2030 se implementen políticas de turismo sostenible que genere puestos de trabajo y promueva el fortalecimiento y difusión de la cultura y los productos locales.

Del mismo modo, **Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.** El turismo requiere de políticas y profesionales con competencias para gestionar los recursos naturales y culturales; protegiendo la biodiversidad, las poblaciones indígenas y los bosques mitigando los impactos negativos provocados por la actividad humana y el cambio climático.

1.2.4.3. Gestión Turística

Bueno (como se citó en Martín, 2005) define la gestión como: “el conglomerado de proposiciones teóricas que explica el uso de unas reglas, procedimientos y métodos operativos para llevar acabo con eficacia las actividades económicas que procuren alcanzar los propósitos de la empresa”. En ese sentido, la gestión se trata principalmente de la toma de decisiones tácticas u operativas, a largo plazo para una administración global de la empresa y a corto plazo para las decisiones específicas operativas (Martín,2005). Se requieren competencias para la toma de decisiones en la gestión de turística, siendo diferente y específica para cada tipo de organización, donde se

desarrollarán funciones administrativas de planificación, organización, dirección, y control orientadas a la competitividad y sostenibilidad del sector turismo.

Además, es importante tomar en cuenta las particularidades en la gestión de las empresas turísticas ya que en el turismo trabaja principalmente con servicios, lo que implica una salida intangible, no almacenable y dependiente de la persona que lo presta. Esto conduce a que el proceso administrativo, tenga una mayor capacidad de respuesta en el proceso de prestación del servicio que oriente el desempeño de los trabajadores y ejercer un control efectivo.

Del mismo modo, la atención al cliente y la calidad exigida por él en la prestación del servicio turístico obliga a que el proceso administrativo se desarrolle de manera permanente y en todas sus dimensiones bajo una filosofía de calidad total, el cual conduce a un proceso de mejora continua en todos los ámbitos y procesos de la administración de la empresa, ya sea en la gestión operativa, la gestión comercial, la gestión de recursos humanos, etc.

Asimismo, con relación a la toma de decisiones se debe tener siempre presente al cliente como punto de partida y referente principal, ya que a largo plazo es quien va a contribuir y promover la competitividad y rentabilidad de la empresa. Por lo tanto, es preciso que los colaboradores sepan responder a los requerimientos del cliente, para

ello se debe establecer un conjunto de procedimientos y reglas que ayuden a cualquier trabajador a tomar una decisión. Asimismo, para los problemas no estructurados es necesario entrenar al personal en habilidades de creatividad y empatía, para estar en capacidad de tomar la decisión más adecuada, y en actitudes de amabilidad, para aplicar la decisión determinada.

Además, son importantes también los flujos de comunicación que se dan en el servicio ya que la mayor parte de su prestación hay contactos interpersonales permanentes, los servicios son realizados por varias personas que deben adecuar sus esfuerzos, los momentos y sus tareas al logro de sus objetivos y de los demás alineados estos a los de la organización el mismo que requiere de colaboración y trabajo en equipo para lograr la eficacia. (Casanueva, García y Caro, 2004).

Por otro lado, es importante destacar lo manifestado en la Conferencia Magistral, presencial denominada: “Las competencias digitales para el profesional de hoy “, brindada por la Doctora Martha Alles, Consultora internacional en gestión por competencias el 12 de junio de 2019 en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) Campus San Miguel. En la misma, se llegaron a las siguientes conclusiones puntuales:

- a.- Las competencias digitales, nacen del contexto.
- b.- Existe en el mundo actual una hiperconectividad.
- c.- Hay un enfoque de cultura colaborativa – ética y respeto.

- d.- Lo digital no es todo, es un medio que acompaña a las competencias actuales.
- e.- Los valores éticos deben acompañar a la tecnología.
- f.- Hoy se aplica más innovación y creatividad.
- g.- Los negocios de hoy deben transformarse, gracias al apoyo digital.
- h.- Hay que formar y desarrollar conocimientos digitales para desenvolverse en un mundo digital, cambiante y dinámico, de cambios constantes.
- i.- A los conocimientos teóricos hay que anexarle los conocimientos digitales.
- j.- Existe un proceso de innovación digital.
- k.- Las organizaciones y los gerentes, deben liderar con innovación digital.
- l.- Igualmente, se debe liderar con el ejemplo.
- ll.- Todos los colaboradores de hoy deben contar con habilidades digitales.

Conclusión general: el mundo de hoy, altamente competitivo y globalizado requiere de seleccionar colaboradores (gerentes, profesionales y técnicos) con habilidades y competencias digitales, en todas las áreas de trabajo de las organizaciones y disciplinas profesionales. En tal sentido, corresponde a la formación profesional de las Universidades, en los estudios de pregrado e incluso, en posgrado, desarrollar o perfeccionar dichas competencias digitales.

Hay tres elementos a conjugar, según lo indica Martha Alles en su libro “Construyendo Talento” (2016 – II edición):

- Conocimientos.
- Competencias (incluyendo las digitales).
- Experiencia.

1.3. Definición de términos básicos

1. **Actitud.** - Respuestas de un individuo frente a determinadas situaciones.
2. **Adaptabilidad.** – Capacidad de comprender y aceptar contextos diferentes y adecuarse de manera positiva a diversas situaciones.
3. **Comunicación eficaz.** – Capacidad de escuchar, entender y transmitir información pertinente en el momento que se requiere y a la persona que lo requiere y que se traduce en una respuesta confirmatoria.
4. **Competencias.** – Conjunto de características de personalidad, habilidades y comportamientos que generan una respuesta específica y que permiten un desempeño exitoso en un puesto de trabajo.
5. **Competencias digitales.** – Conocimiento y habilidad para manejar sistemas tecnológicos que se complementan con otras competencias en un mundo digital actual, cambiante y dinámico y deben ser utilizados con creatividad y valores éticos.
6. **Competencias gerenciales.** - Constituyen un conjunto de conocimientos, habilidades y aspectos actitudinales para la toma de decisiones en el

proceso de planificar, organizar, dirigir, supervisar y evaluar acciones de las organizaciones turísticas orientadas a su competitividad.

7. **Conocimientos.** – Conjunto de saberes aprendidos en un proceso y que una persona posee sobre determinada área, materia o disciplina.
8. **Conocimientos técnicos.** – Conjunto de saberes prácticos, aplicados a diversas áreas y que involucra destreza, habilidad, talento y requiere ser aprendido de manera formal o informal.
9. **Conocimientos teóricos.** – conjunto de conocimientos que se obtienen de manera analítica con la lectura o explicación y se constituyen en diversas teorías, leyes acerca de una determinada realidad.
10. **Currículo.** – Documento formal que contienen la propuesta formativa de una determinada profesión y que integra los programas, metodologías, procesos capacidades entre otros y orienta el proceso educativo.
11. **Definición Operacional.** – Implica determinar los procedimientos pertinentes y vinculantes de un concepto en términos medibles.
12. **Desarrollo de competencias.** – Proceso orientado al logro de determinadas habilidades, actitudes y conocimientos necesarios para el desempeño determinado en un puesto de trabajo.
13. **Empleabilidad.** – Capacidad de un individuo para adaptar y adecuar su perfil a un puesto de trabajo ofertado y por lo tanto ser empleable.
14. **Emprendimiento.** - Capacidad de una persona para iniciar un proyecto involucrando esfuerzos, riesgos, actitud positiva y oportunidad de cambio.

- 15. Formación turística.** - Incorporación y asimilación progresiva de capacidades de un profesional en el ámbito de la actividad turística para su adecuado desenvolvimiento y desempeño en el campo laboral.
- 16. Gestión turística.** – Proceso de aplicación de las decisiones operativas que involucran determinados métodos, tácticas, reglas y procedimientos para llevar a cabo las actividades de la organización con efectividad.
- 17. Habilidad.** - Capacidad para realizar adecuadamente una tarea física o intelectual con determinada destreza.
- 18. Habilidades sociales.** - Manera de gestionar las relaciones con los demás.
- 19. Medios.** – Son los bienes, instrumentos, dinero u otros a través de los cuales se espera alcanzar a un fin o propósito determinado
- 20. Mercado Laboral.** – Entorno de interacción de la oferta y la demanda laboral, en un intercambio de prestación de servicios de trabajo por parte de los empleados y los empleadores.
- 21. Método.** - Proceso coherente y lógico para obtener un conocimiento.
- 22. Método analítico.** - Se identifican y separan los elementos de un sujeto de estudio y se revisan ordenadamente cada uno de los elementos que lo conforman.
- 23. Método Deductivo.** – Es una forma de obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal.
- 24. Método Inductivo.** - Es una forma de obtener conclusiones o leyes universales a partir del estudio de situaciones particulares, que explican o relacionan los fenómenos estudiados.

- 25. Perfil profesional.** - Conjunto de capacidades que involucra estudios formales, conocimientos, competencias y experiencia, de una persona en una disciplina.
- 26. Perfil de Competencias.** – Constituyen el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes específicos, que se adquieren en un proceso de aprendizaje y que caracterizan y vinculan a un individuo a un desempeño determinado.
- 27. Trabajo en equipo.** – Trabajo que realizan las personas aplicando procesos, tareas, objetivos y propósitos compartidos.
- 28. Turismo Sostenible.** – Implica desarrollar la actividad del turismo considerando los impactos sociales, económicos y ambientales tanto en un contexto actual como futuro, de manera que a pesar de las influencias se conserve la esencia de sus características, su naturaleza y sus fines.
- 29. Variable.** – Dimensión de una realidad que adquiere distintos valores diferenciados y tienen un comportamiento determinado.
- 30. Visión Estratégica.** - Capacidad para anticiparse a los cambios del entorno y optimizar los recursos de la organización en favor de su competitividad.
- 31. Validez.** – Capacidad de un método o técnica para medir lo que exactamente se desea medir de la realidad.

CAPÍTULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivadas

Hipótesis Principal:

El perfil de competencias se relaciona de manera significativa con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM.

Hipótesis Derivadas:

1. El nivel de desarrollo de las competencias del egresado son bajos.
2. El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.
3. El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.

2.2. Variables y definición operacional

Variable Independiente: Vi Perfil de Competencias

Variable Dependiente: Vd Empleabilidad

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Vi: Perfil de Competencias	Conocimientos	Conocimientos teóricos Conocimientos técnicos Conocimiento de idiomas
	Habilidades	Habilidades gerenciales Habilidades tecnológicas Habilidades sociales
	Medios y Materiales	Tecnología Laboratorios especializados Prácticas pre profesionales Currículo actualizado
Vd: Empleabilidad	Conocimientos	Conocimientos teóricos Conocimientos técnicos Conocimiento de idiomas
	Competencias	Competencias digitales Competencias gerenciales
	Actitudes	Adaptabilidad a los cambios Comunicación eficaz Trabajo en equipo
	Mercado	Agencias de viaje y turismo Establecimientos de hospedaje Restaurantes Instituciones públicas Organizaciones privadas

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño metodológico

Diseño de investigación:

Es una investigación de diseño no experimental, donde el investigador no manipulará de manera intencional las variables de investigación; también tendrá un diseño Transeccional o transversal ya que se recopilarán la información en un momento único del tiempo (Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, L., 2014).

Descriptivo – Correlacional

Se describen y analizar en ese contexto las características, el comportamiento y la relación de las variables de estudio.

Método Deductivo: Para la descripción del problema, abordándola desde un contexto general hasta aspectos específicos de la realidad problemática.

Método Inductivo: Para definir el tema de investigación a partir de un hecho concreto de la realidad, haciendo conjeturas en cuanto a sus causas y consecuencias.

Método analítico: Para contrastar los resultados obtenidos de la investigación.

Tipo de investigación:

Cuantitativa, ya que para contrastar la hipótesis se recogen los datos de la realidad aplicando una medición numérica y un posterior análisis estadístico, con el propósito de definir indicadores de comportamiento y probar teorías (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Aplicada: Plantea alternativas de solución a la problemática abordada.

3.2. Diseño muestral

Para Arias (2012), La población es un conjunto finito o infinito de elementos agrupados por características particulares afines a quienes alcanzará las conclusiones de la investigación. La misma que queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (p.81).

Población: La población de estudio lo conforman 86 egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM de los últimos 5 años, del 2014 al 2018.

Tabla 1.- Egresados de la Escuela de Turismo de la FAT- UNASAM

Año	Turismo
2014	09
2015	23
2016	16
2017	27
2018	11
Total	86

Fuente: Base de datos de la Oficina General de Estudios de la UNASAM

Unidad de análisis: Cada uno de los egresados de la Carrera Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

La Muestra: Será equivalente a la población, siempre y cuando cumpla con los criterios de inclusión y exclusión.

Para Arias (2012), la muestra es un “subconjunto representativo y finito que surge de la población y que reúne características semejantes al conjunto, y permite realizar inferencias o generalizaciones en base a los resultados al resto de la población con un margen de error conocido” (p.83).

Criterios de Inclusión:

- Los que aceptaron participar en el estudio.
- Los egresados a quienes se les ubicó en la ciudad de Huaraz y demás provincias de la Región Ancash.
- Los egresados que aceptaron la aplicación del cuestionario vía telefónica.

Criterios de Exclusión:

- Los egresados que no aceptaron participar en el estudio.
- Los egresados que no se les ubicó al momento de aplicar el cuestionario.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Tamayo y Tamayo (2006) señala que las técnicas constituyen un grupo de mecanismos, formas y medios para recolectar y transmitir información a la vez

que ayudan a aplicar los métodos y son de gran utilidad para optimizar esfuerzos, administrar los recursos y comunicar los resultados.

Encuesta

Se aplicó un cuestionario en escala de Likert a 70 egresados de turismo de una población de 86, a quienes se les ubicó en su centro de empleo o por teléfono, para recoger datos de las variables de estudio.

Luego de realizar la prueba piloto del cuestionario, el instrumento fue debidamente validado por juicio de expertos respecto a las variables investigadas y se determinó la confiabilidad del mismo mediante el método de Alpha de Cronbach, teniendo en cuenta que un coeficiente mayor a 0,7 señala que el instrumento es confiable y que arrojará resultados similares en su aplicación a poblaciones parecidas.

Estadísticas referenciales:

Se tomarán de fuentes oficiales, datos estadísticos, de ayuda a la presente investigación.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La información obtenida del trabajo de campo se incorporó y proceso en un Software Estadístico (Programa SPSS, versión 24), para obtener los resultados y puedan ser sometidos a un proceso de contrastación de las hipótesis planteadas a fin de demostrar la validez de las mismas.

La información se presenta en tablas y gráficos estadísticos con su correspondiente interpretación.

Luego del análisis e interpretación de datos con relación a los indicadores presentados se procede a realizar la inferencia estadística o estimación de los indicadores, haciendo uso de la prueba no paramétrica del chi-cuadrado con un nivel de significación del 5% ($p < 0,05$). Finalmente se enuncian las sugerencias derivadas de las inferencias estadísticas.

3.5. Aspectos Éticos

- Los principios éticos a observarse en el proceso de realización de la investigación, se han basado en la Declaración de Helsinki como una propuesta de principios éticos para la presente investigación y son los siguientes:

Principio de confidencialidad: Los datos obtenidos se emplearon con objetividad y fines de análisis para el estudio y no se compartió la información con terceros ajenos a la investigación.

Principios de confiabilidad: No se modificaron los datos obtenidos y fueron expuestos con objetividad y veracidad.

Respeto a la persona humana: No se aplicaron juicios subjetivos frente a las percepciones de los encuestados, su posición frente a las variables de estudio, se respetaron, así como su decisión voluntaria de participar.

Veracidad de la información y datos: se recogió información verdadera de la realidad investigada, sin manipulación alguna.

Respecto de la propiedad intelectual: las teorías e investigaciones utilizadas en el estudio se referenciaron, consignando al autor o autores, respectivos respetando la propiedad intelectual de los mismos.

- Se tomará en cuenta aquellos artículos vinculados a los compromisos de los profesionales del turismo mencionados en el código Ético Mundial para el Turismo, toda vez que el estudio guarda relación con sus propósitos en el **Artículo 3: El turismo, factor de desarrollo sostenible:** el profesional en turismo debe velar porque se pongan límites a las actividades que se desarrollen en espacios vulnerables.

Artículo 5: El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino: el profesional del turismo tiene el compromiso de realizar estudios cuyos impactos en el entorno y en los medios naturales, permitan generar empleos y mejor calidad de vida para las poblaciones y comunidades locales.

Artículo 9: Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico: Los trabajadores del sector turístico y de las actividades conexas tienen derecho y obligación de contar con una formación inicial y continúa pertinente, asegurando una protección social y una precariedad de su empleo.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

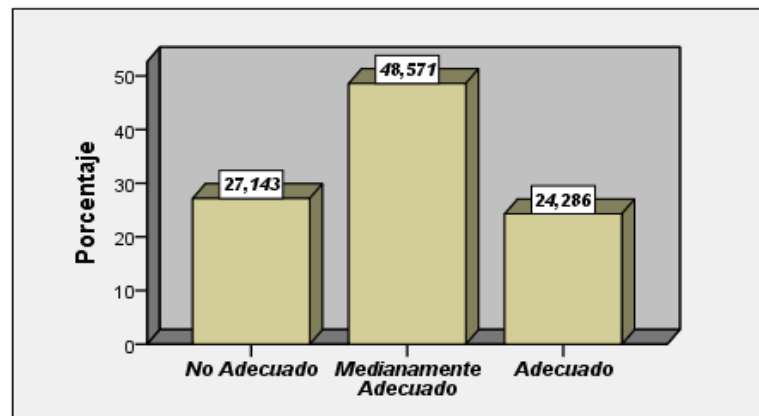
4.1. El perfil de competencias del egresado

i. Primera Hipótesis de Investigación

El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado

Grafico 7

Perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM



Fuente: Test aplicado a los egresados.

Interpretación: Observamos de acuerdo a los resultados que el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM se encuentra en un nivel no adecuado para un 27.1%, en un nivel medianamente adecuado para

un 48.6% y un nivel adecuado para un 24.3%. Al observar que en la segunda columna no se cubren las expectativas de un perfil adecuado se puede inferir sumando las dos primeras columnas que para una mayoría de 75.7% el perfil es inadecuado.

Hipótesis Estadística

H₀: El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado.

H₁: El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no es inadecuado.

Nivel de Significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

ii. Función de Prueba

Se realizó por medio de la prueba paramétrica utilizando la prueba Chi cuadrado (ver tabla 2).

iii. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es menor que α .

No rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es mayor que α .

iv. Cálculo

Tabla 2.- Prueba de Chi cuadrado.

Estadísticos de prueba	
El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado.	
Chi-cuadrado	2,400
gl	2
Sig. asintótica	0,131

Fuente: Base de datos

Como se puede ver en la tabla 2, no existe diferencias significativas, por lo tanto, no existe significancia. El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado.

Conclusión:

Como el valor de significación observada $p = 0.131$ es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$, no se rechaza la Hipótesis nula. Ello significa que el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado.

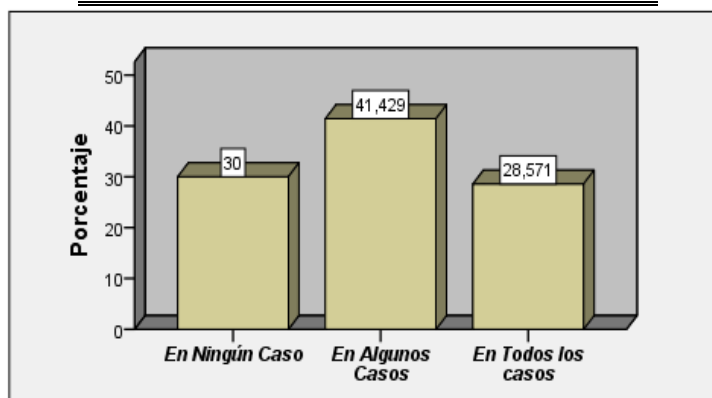
Por lo tanto, se acepta la primera Hipótesis específica de investigación.

4.2. Perfil de competencias del egresado y las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

i. Segunda Hipótesis de Investigación

El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

Grafico 8.- Perfil del egresado y las competencias principales requeridas para la empleabilidad



Fuente: Test aplicado a los egresados.

Interpretación: Se observa en el grafico 8 que para un 30% en ningún caso y para un 41.4% en algunos casos, el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad y es importante destacar de acuerdo a los resultados que del 100% de encuestados solo el 28.6% indica en todos los casos. Esto muestra que la mayoría considera no tener un perfil de competencias que asegure su empleabilidad en el mercado laboral del turismo.

ii. Hipótesis Estadística

H₀: El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

H₁: El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM si cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

iii. Nivel de Significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

iv. Función de Prueba

Se realizó por medio de la prueba paramétrica utilizando la prueba Chi Cuadrado (ver tabla 3).

v. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es menor que α .

No rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es mayor que α .

vi. Cálculos

Tabla 3.- Prueba Chi Cuadrado.

Estadísticos de prueba	
	El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias
Chi-cuadrado	3,400
gl	2
Sig. asintótica	0,225

Fuente: Base de datos

Como se observa de la tabla 3, no existe diferencias significativas, por lo tanto, no existe analogía significativa. El perfil de competencias del egresado

en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

vii. Conclusión:

Como el valor de significación $p = 0.225$ es mayor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$, se acepta la Hipótesis nula. Ello significa que no existe relación significativa, por lo tanto, el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

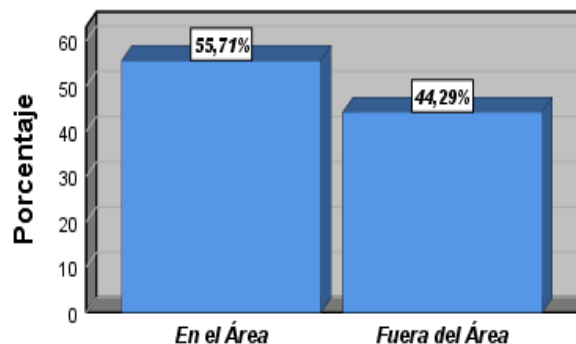
Por lo tanto, se acepta la segunda Hipótesis de investigación.

4.3. Nivel de empleabilidad de los egresados

i. Tercera Hipótesis de Investigación

El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.

Grafico 9.- Nivel de empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM



Fuente: Base de Datos.

Interpretación: En el gráfico 9 se observa que el 55.7% de los egresados se encuentra trabajando en diversos sub sectores del turismo y un 44.3% se encuentra trabajando en áreas distintas al sector turismo. Podemos inferir de estos resultados que cerca de la mitad de los egresados no se han insertado al campo laboral del turismo, sino que se dedica a actividades ajenas a su profesión lo que indica que la empleabilidad del profesional en turismo no alcanza los niveles deseados.

Hipótesis Estadística

H₀: El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.

H₁: El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM no es bajo.

ii. Nivel de Significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

iii. Función de Prueba

Se realizó por medio de la prueba paramétrica utilizando la prueba Chi Cuadrado (ver tabla 4).

iv. Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es menor que α .

No rechazar H_0 cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo logístico es mayor que α .

v. Cálculos

Tabla 4.- Prueba Chi cuadrado.

Estadísticos de prueba	
Nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM	
Chi-cuadrado	1,400
gl	1
Sig. asintótica	0,425

Fuente: Base de datos

Como se observa de la tabla 4, no existe diferencias significativas, por lo tanto, no existe analogía significativa. El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.

vi. Conclusión:

Como el valor de significación observada $p = 0.425$ es mayor al valor de significación teórica $\alpha = 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula. Ello significa que no existe analogía significativa. El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.

Por lo tanto, se acepta la tercera Hipótesis específica de investigación.

Prueba de Hipótesis

La contrastación de algunas Hipótesis se probó mediante la prueba de normalidad (Shapiro de Wilk $n < 50$), si cumple el supuesto de normalidad, utilizaremos la estadística paramétrica usando la prueba chi cuadrado, caso contrario se utilizará la estadística no paramétrica usando la prueba Rho de Spearman.

Tabla 5.- Prueba de normalidad de los datos

Variable / dimensión	Prueba de Normalidad				Modelo a Aplicar
	Estadístico	Shapiro de Wilk		Resultado	
gl		Sig.			
Perfil de competencias del egresado	.753	70	0,44	Normal	Chi Cuadrado
Nivel de empleabilidad del egresado	.852	70	0,11	Normal	Chi Cuadrado
Competencias principales requeridas para la empleabilidad	,951	70	0,55	Normal	Chi Cuadrado

Fuente: Base de datos

Como las variables y las dimensiones no son normales manejaremos la estadística paramétrica usando prueba chi cuadrado.

4.4. Hipótesis general

i. Hipótesis de Investigación

El Perfil de Competencias se relaciona de manera significativa del egresado de turismo de la UNASAM.

Tabla 6.- Perfil de competencias y empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM

		Empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM		Total
		En el Área	Fuera del Área	
Perfil de competencias y empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM	No Adecuado	7 10.0%	12 17.1%	19 27.1%
	Medianamente Adecuado	21 30.0%	13 18.6%	34 48.6%
	Adecuado	11 15.7%	6 8.6%	17 24.3%
Total		39 55.7%	31 44.3%	70 100.0%

Fuente: Egresados de Turismo de la UNASAM

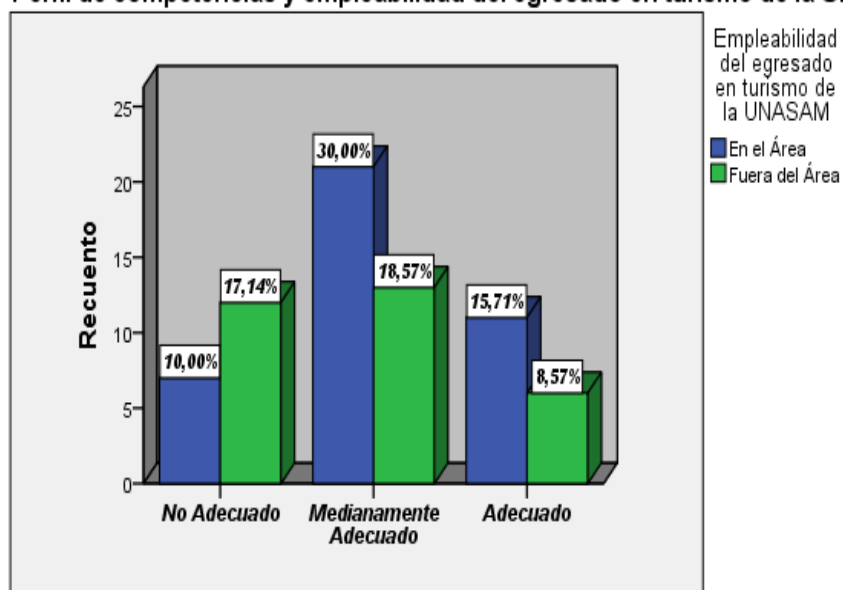
$$X^2 = 3.804$$

$$\alpha = 0.149$$

$$p = 0.05$$

Grafico 10

Perfil de competencias y empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM



❖ Regla de Decisión:

Si $\alpha = 5\%$, con $(R-1) (S-1) = (3-1) (2-1) = 2$ gl.

$X^2_{0.05, 2} = 5.991$, la regla de decisión es:

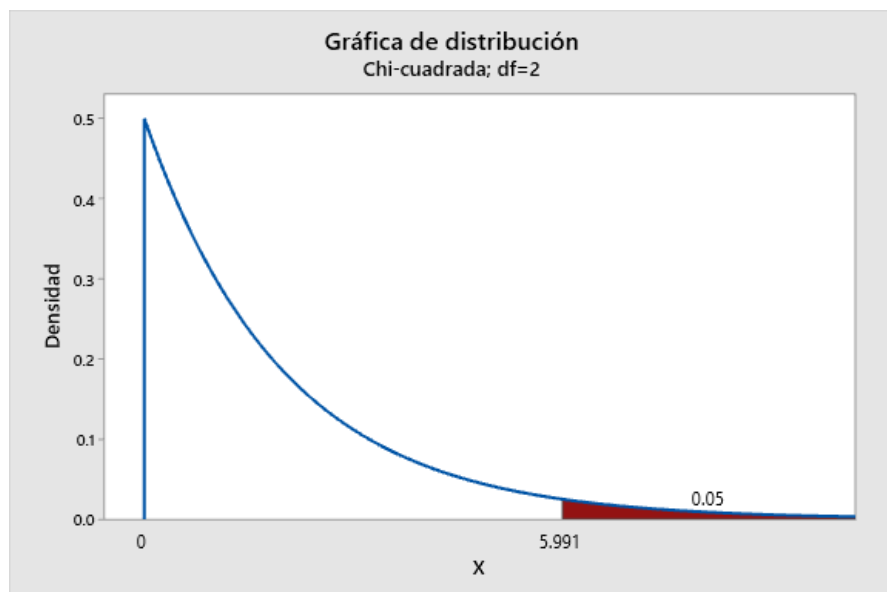
“No Rechazar la Hipótesis nula si” $X^2_{0.05, 2} < 5.991$

Si Rechazar la Hipótesis nula si” $X^2_{0.05, 2} > 5.991$

❖ **Apreciación de análisis:**

Según la prueba de Chi cuadrada de la investigación observamos que el $X^2 = 3.804$ GL= 2 y $p= 0.149$, por lo que vemos la Chi cuadrada de la investigación es menor a 5.991, por lo tanto, se rechaza la Hipótesis alterna y se acepta la Hipótesis nula, ya que no existe evidencia suficiente para decir que hay una relación, lo cual nos permite afirmar que el perfil de competencias no incide favorablemente en la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM.

Gráfico 11



Hipótesis Estadística del modelo estadístico:

Ho: El Perfil de Competencias no se relaciona de manera significativa con la empleabilidad del egresado de turismo de la UNASAM

Ha: El Perfil de Competencias se relaciona de manera significativa con la empleabilidad del egresado de turismo de la UNASAM

Tabla 7.- Medidas simétricas

	Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal Coeficiente de contingencia	0.127	0.003
N de casos válidos	70	

Interpretación: La influencia entre el perfil de competencias y empleabilidad del egresado con el valor de 0.127 significa que no hay una Influencia significativa.

Por lo tanto, no se acepta la Hipótesis general de investigación.

4.5. Resultados Complementarios

Grafico 12

¿Según su apreciación, el currículo de estudios era adecuado para las necesidades del mercado laboral?

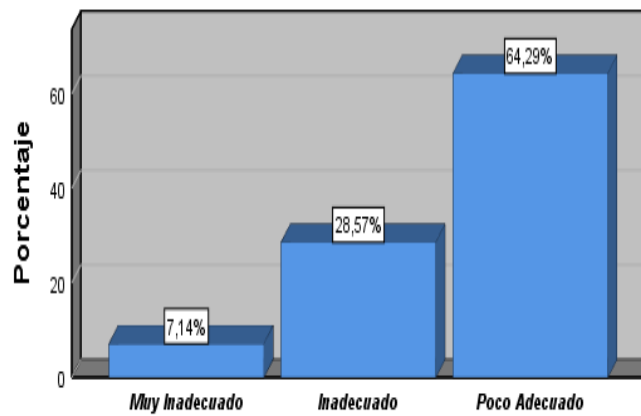


Grafico 13

¿Qué nivel de competencias considera usted que ha desarrollado durante su formación para su desempeño en el campo laboral?

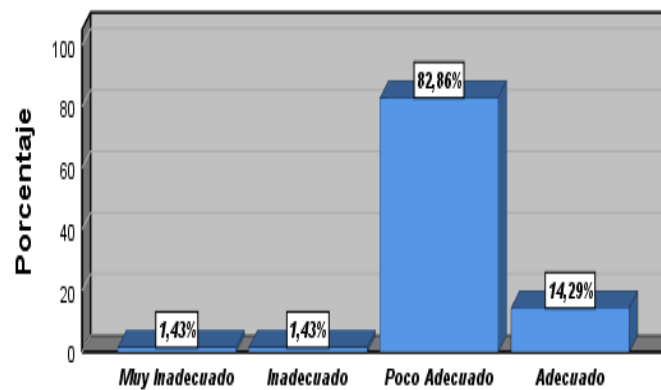


Grafico 14

¿Según su experiencia cuenta usted con las competencias necesarias para su empleabilidad?

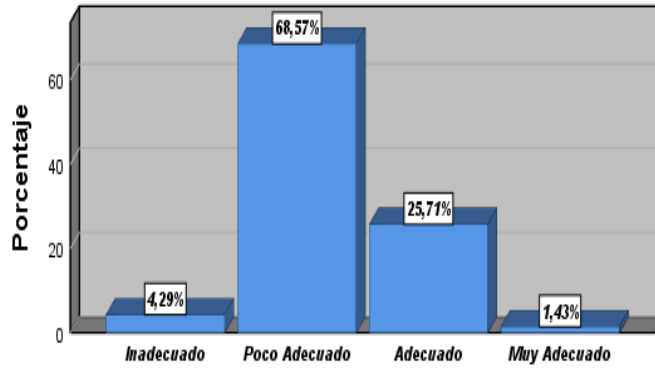
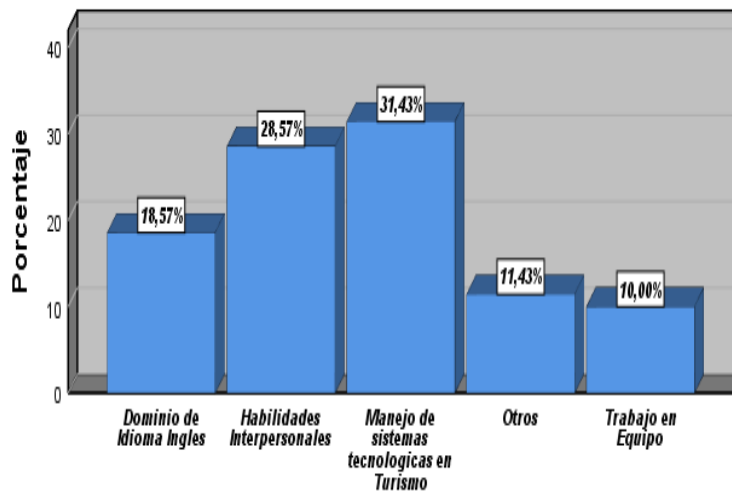


Grafico 15

De acuerdo a su experiencia en el mercado laboral indique las competencias, conocimientos o actitudes principales que le han solicitado para su empleabilidad.



4.6. Propuesta de Plan de Trabajo

Introducción

El Turismo como práctica social, es una actividad eminentemente humana, que busca el descanso y bienestar de las personas, al mismo tiempo compartir diferentes culturas y costumbres en un lugar diferente a su residencia habitual. Es así que se convierte en una práctica social importante de las sociedades contemporáneas. Los agentes involucrados en este sistema de intercambio complejo, necesitan orientar esfuerzos para un buen manejo de los recursos en bien de un turismo sostenible y el desarrollo socio económico de las comunidades receptoras. En este proceso el factor humano cumple un rol importante que merece ser atendido, sobre todo aquellos que están involucrados en la prestación del servicio. De manera que las personas que trabajan en este sector deben cumplir con ciertas características formativas que le permitan un desempeño eficiente en su puesto de trabajo.

Considerando que los escenarios van cambiando conforme avanza la ciencia, la tecnología y las necesidades del mercado, las organizaciones necesitan replantear sus políticas y mejorar sus recursos ya que los cambios del entorno tienen una influencia significativa sobre ella. Implementar conceptos de calidad y excelencia en el servicio se ha convertido en parte de los objetivos esenciales de las empresas turísticas, en ese proceso las características formativas del recurso humano representan un factor clave de diferenciación.

En este punto es relevante el rol de las entidades educativas para elevar el nivel de calidad académica de los estudiantes y un reto para insertar al profesional al mercado laboral. El profesional en turismo, tiene la responsabilidad de dirigir las actividades del sector turismo convirtiéndose en un agente de cambio y promotor del desarrollo turístico.

El estudio “Perfil de competencias y empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM”, tuvo como propósito identificar las características del perfil del egresado y su relación con la empleabilidad, de manera que estuvo basada en la experiencia del egresado en el campo laboral, para eso se recogió información de 70 egresados de la carrera de turismo cuyos resultados nos llevan a presentar una propuesta de mejora de las competencias del egresado en turismo.

Cabe indicar que la Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo” UNASAM, fue creada por Decreto Ley N° 21856 el 24 de mayo de 1977; en la provincia de Huaraz, departamento de Ancash y tiene entre sus 26 Carreras Profesionales y 11 Facultades, la Carrera Profesional de Turismo, creada el 27 de enero de 1994, su currículum de estudios desde entonces ha estado orientada a un currículum por objetivos y es a partir de este año que la Universidad está impulsando la construcción de los nuevos currículos con un enfoque por competencias pasando actualmente por una etapa de transición, donde un insumo importante sin duda será contar con un estudio de la demanda social que le permita rediseñar el perfil del egresado en turismo.

Los resultados más relevantes mostraron que las competencias desarrolladas durante la formación del egresado son poco adecuadas a los requerimientos del mercado laboral, ya que entre las competencias más requeridas están el manejo de tecnologías en turismo, el dominio de idiomas, habilidades sociales y la elaboración de planes y desarrollo turístico; aspectos que no fueron desarrollados de manera adecuada debido a la falta de un currículo actualizado y las pocas condiciones para desarrollar estas competencias.

Otro de los aspectos manifestados verbalmente durante el recojo de la información ha sido la falta de asignaturas orientadas al emprendimiento, ya que algunos han iniciado negocios de manera empírica y han ido aprendiendo en el camino. Los aspectos antes mencionados han tenido repercusión en su inserción laboral.

A partir de ello el interés de la propuesta es que los resultados obtenidos sirvan de insumo al rediseñar el perfil de egreso y se tome en cuenta competencias más relevantes manifestadas por los egresados de acuerdo a su experiencia en el campo laboral y que esto contribuya a elevar los niveles de empleabilidad del egresado en turismo.

Análisis Situacional

MATRIZ PESTEL

Factores Políticos:

- Falta implementar un adecuado sistema de gestión para la biblioteca.
- La nueva ley universitaria promueve la exigencia de estándares de calidad en la educación superior.
- Existe predisposición de las autoridades de la UNASAM para la creación e implementación del Centro de Investigación Turística en Tingua.
- La Universidad se encuentra en una zona de explotación minera y tiene la posibilidad de contar con aportes del canon y sobre canon para gestionar proyectos de desarrollo.
- Algunos municipios han tomado interés en el turismo como parte de sus políticas de gobierno lo cual beneficia al profesional en turismo.
- Se tiene interés y predisposición de otras universidades para crear vínculos de apoyo y mejoras mutuas.
- Las autoridades han firmado convenios con otras universidades para realizar pasantías con estudiantes y docentes, para el apoyo y mejoras mutuas.
- Falta implementar políticas que mejoren los horarios para los estudiantes ya que los horarios nocturnos generan la inseguridad de los estudiantes fuera de la ciudad universitaria.

- La Universidad a través de sus autoridades ha generado políticas orientadas a la acreditación de las carreras y el licenciamiento universitario.
- Los servicios y programas de bienestar universitario son poco eficaces e insuficientes para estudiantes, docentes y administrativos.
- Se han implementado programas de capacitación para mejorar la actividad turística por parte de la DIRCETUR.
- La falta de construcción y mejoramiento de vías regionales y carreteras a los principales atractivos turísticos como la carretera a Wiilcahuain, laguna de Llanganuco y laguna de Parón principalmente limitan el crecimiento y acceso para el turismo en la zona.
- Se necesita construir un aeropuerto de nivel nacional para contar con un servicio aéreo más regular.
- Es necesario que, en los planes de gobierno, los movimientos políticos y candidatos incluyan políticas de desarrollo del turismo.
- Poca conciencia y cultura turística de los pobladores y prestadores de servicio turístico.

Factores Económicos:

- Bajo nivel de empleabilidad del licenciado en turismo en la zona.
- El sueldo mínimo es insuficiente para cubrir la canasta familiar y realizar otro tipo de actividades como el turismo interno.
- El turismo en la zona del Callejón de Huaylas y el emprendimiento en el sector ha generado diversos puestos de trabajo.
- El comercio y la planta turística está en crecimiento.
- El incremento del turismo interno ha favorecido al turismo en la zona.
- Falta calidad en el servicio turístico para mejorar el índice de confianza del consumidor.
- Falta de apoyo y despliegue de esfuerzos para el desarrollo del turismo comunitario en favor de elevar la calidad de vida de las comunidades campesinas y dar a conocer su riqueza cultural.
- Los ingresos en el Parque Nacional Huascarán no son destinados a su mantenimiento y mejora ya que se centralizan en la capital.
- El nivel de ingresos de los profesionales en turismo es bajo en las empresas turísticas.
- Informalidad en el sector turismo.

Factores Sociales:

- El campo del turismo no siempre es manejado por profesionales en el campo para su crecimiento sostenido y el uso racional de los recursos.
- Huaraz tiene las condiciones para desarrollar turismo de aventura y turismo comunitario ya que cuenta con los recursos necesarios y la existencia de comunidades vivas.
- Se cuenta con una riqueza cultural diversa, con costumbres, tradiciones, fiestas costumbristas, mitos, leyendas, danzas, folklore y gastronomía de las diferentes provincias de la región.
- La comunidad conoce poco a la carrera de turismo falta crear vínculos para el acercamiento de la universidad con su comunidad.
- Falta mejorar las capacidades técnicas de los docentes para una mejor formación profesional.
- Falta de información pertinente sobre el mercado laboral y en el mejor de los casos un estudio de la demanda social.
- En los últimos años se ha dado la apertura en las empresas turísticas y el sector público a los profesionales en turismo debido a que es una zona eminentemente turística que requiere de profesionales en el campo.
- Hay falta de afianzamiento de la cultura organizacional de la Escuela de Turismo y también de la Facultad.

- La universidad se encuentra en la capital de la región y tiene capacidad de convocatoria de postulantes de los diferentes distritos de la región, lo cual representa una demanda importante para la carrera profesional de turismo y otras carreras profesionales.
- Entorno de diversidad cultural.
- Falta de dominio de idiomas extranjeros en la carrera de turismo por la diversidad cultural.

Factores Tecnológicos:

- Las competencias digitales se han convertido en un factor necesario para la competitividad de cualquier profesional en el mercado laboral.
- El uso de tecnologías en el campo del turismo se ha incrementado tanto para las ventas como para la realización de sus diversos procesos, ya que facilita el manejo de la información.
- Deficiente servicio de Internet en favor de la enseñanza académica.
- Se cuenta con una plataforma virtual para la enseñanza académica.
- Falta de implementación de una biblioteca especializada.
- Falta de laboratorios de cómputo y softwares especializados para la carrera de turismo.

Factores ecológicos o ambientales:

- Los efectos del cambio climático deterioran los recursos naturales y afecta el turismo, sus atractivos y recursos turísticos naturales.
- La capacidad de carga no es adecuadamente aplicada en el turismo.
- Consumo de recursos no renovables
- Falta de políticas de reciclaje.
- La basura dejada por los usuarios en diversas zonas turísticas afecta los recursos turísticos.
- Contaminación del agua, el aire y el ambiente.
- Falta implementar políticas ambientales que permitan el buen uso de los recursos.
- Riesgos naturales por efectos de las lluvias y desbordes.
- Los atractivos y recursos turísticos se encuentran mayormente en zonas naturales requieren buenas prácticas ambientales.
- Falta promover el uso de los manuales de buenas prácticas ambientales en el turismo.

Factores legales o jurídicos:

- Regulación del sector turismo.
- Salud y seguridad laboral.

- Las universidades se encuentran aún en un proceso de adecuación a la nueva ley universitaria 30220.
- Leyes de protección al consumidor.
- Salario mínimo insuficiente.
- Licencias para funcionamiento de empresas de servicio turístico.
- El código ético mundial para el turismo contempla los derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turismo.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas:

1. La UNASAM logró ser una universidad Licenciada por seis años.
2. La UNASAM está reconocida y posicionada en el ámbito regional.
3. Se cuenta con un modelo educativo para la gestión de la carrera.
4. Implementación del programa de tutoría y orientación al estudiante en el desarrollo de su carrera profesional.
5. Docentes con Grado Académico de Maestría y Doctor.
6. Convenios con comunidades en favor del desarrollo turístico.
7. Repositorio de tesis en línea.
8. Actividades de responsabilidad social en favor de la comunidad, para promover valores y el cuidado de los recursos naturales y culturales de la región.

9. Infraestructura moderna en cuanto a las aulas, bibliotecas, oficinas administrativas.
10. La universidad tiene buses para los viajes de estudio de los estudiantes.

Debilidades:

1. La carrera de Turismo aún no está acreditada.
2. Bajo posicionamiento de la carrera de Turismo.
3. El nivel de remuneración al egresado de turismo es bajo.
4. Falta de capacitación y actualización de docentes en áreas de especialización.
5. Pocos convenios con instituciones públicas y empresas de turismo para las practicas pre profesionales.
6. Demora en el proceso de contratación de docentes para el normal desarrollo del semestre académico.
7. No se cuenta con talleres especializados e implementados para las clases prácticas de turismo como gastronomía, agencias de viaje y alojamiento y pisos.
8. No siempre se distribuyen las asignaturas a los docentes en función a su área de dominio, especialización y experiencia.
9. Los cursos y sus contenidos no están actualizados en algunos casos.

10. No se tiene un centro de cómputo propio para la escuela de turismo.
11. Falta de un estudio de demanda social para la carrera.
12. Laboratorio de informática no cuenta con software especializado para la carrera de turismo.
13. Falta de una base de datos de seguimiento al egresado.
14. Plan de estudios desactualizado.
15. El perfil del egresado no es adecuado a las competencias requeridas para el mercado laboral.
16. Falta de apoyo a la carrera por parte de las autoridades para atender sus prioridades y necesidades.

Oportunidades:

1. El Turismo es una carrera contemporánea y con posibilidades de crecimiento y desarrollo.
2. Políticas para la acreditación de la carrera y el licenciamiento continuo de la universidad.
3. La exigencia de estándares de calidad en la educación superior.
4. La creación del Centro de Investigación Turística en Tinguá.
5. La UNASAM es la única universidad que oferta la carrera de turismo en la región Ancash.
6. Existen convenios para realizar pasantías de estudiantes y docentes en otras universidades nacionales y extranjeras.

7. El crecimiento del Turismo y el emprendimiento en el sector.
8. Existen recursos y atractivos turísticos para desarrollar el turismo.

Amenazas:

1. Funcionamiento de centros de formación en turismo a nivel técnico especializado.
2. Ocurrencia de desastres naturales.
3. Desglaciación de la cordillera blanca debido al cambio climático.
4. El mal servicio al turista por parte de algunas empresas turísticas.
5. Incremento de empresas turísticas informales.
6. El incremento de las tarifas de servicios turísticos en temporadas altas.
7. Competencia desleal de personas empíricas e informales en los puestos de trabajo de las empresas de turismo.

Objetivos del Plan

- **Objetivo General**

Contribuir a mejorar el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM para elevar el nivel de empleabilidad.

- **Objetivos Específicos**

- ✓ Dar a conocer las competencias más requeridas según la experiencia laboral del egresado.

- ✓ Incorporar al currículo de estudios las competencias requeridas, según los resultados de la investigación.
- ✓ Promover el desarrollo de actividades para la implementación del plan.

Estrategias

- Dar a conocer los resultados de la investigación a los responsables.
- Entregar la propuesta a la comisión de reestructuración curricular
- Canalizar el apoyo de las autoridades para la implementación del plan.

Caracterización del plan

- **Identificación de Necesidades**
 - Falta de equipos y software especializados para turismo.
 - Capacitación en el manejo de Tics.
 - Incorporar más cursos para el dictado del idioma inglés.
 - Capacitación y actualización de docentes en áreas de especialización.
 - Convenios con instituciones públicas y empresas de turismo para practicas pre profesionales.
 - Implementación de talleres y laboratorios especializados para turismo.
 - Falta de un estudio de demanda social para la carrera.
 - Incorporar competencias requeridas en el plan de estudios.

- Seguimiento al egresado.
- Implementación de una biblioteca especializada.

- **Priorización de necesidades**
 - 1) Incorporar competencias requeridas en el plan de estudios.
 - 2) Implementación de talleres y laboratorios especializados en turismo.
 - 3) Adquisición de equipos y software especializados para turismo.
 - 4) Capacitación en el manejo de software especializados.
 - 5) Ampliación de cursos de inglés técnico para el sector turismo.

- **Previsiones ante limitaciones o situaciones fortuitas**
 - Socializar el plan ante el eventual cambio de autoridades universitarias.
 - Incorporación en el plan operativo institucional para el siguiente año.
 - Coadyuvar a que su implementación en caso de no haber un estudio de demanda social.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	META	TAREAS	CRONOGRAMA ENERO 2020				RECURSOS				RESPONSABLES
				Semanas				Humanos	Materiales	Costo S/.	Fuente de Financiamiento	
				1ra	2da	3ra	4ta					
1. Presentación de la propuesta	20%	Exposición de resultados	1. Coordinar fecha y lugar de exposición.					Asistente logístico	Ecran Laptop Equipo multimedia Auditorio	500.00	Facultad Administración y Turismo	Expositora Dirección de Escuela
			2. Preparar y realizar la exposición.					Expositora Moderador o presentador	Proyector multimedia Diapositivas Auditorio	1000.00	Facultad Administración y Turismo	Expositora Dirección de Escuela
2. Reuniones de trabajo	70%	04 reuniones de trabajo	1. Revisar plan de estudios					Docentes del área	Aula Computadora Proyector multimedia Materiales de escritorio	3000.00	Facultad Administración y Turismo	Comisión de reestructuración curricular Dirección de Escuela
			2. Incorporar competencias al plan					Docentes del área	Aula Computadora Proyector multimedia	3000.00	Facultad Administración y Turismo	Comisión de reestructuración curricular Dirección de Escuela
			3. Determinar asignaturas y elaborar sumillas					Docentes del área	Aula Computadora Proyector multimedia	3000.00	Facultad Administración y Turismo	Comisión de reestructuración curricular Dirección de Escuela
			4. Presentar plan modificado					Docentes del área	Aula Computadora Proyector multimedia	3000.00	Facultad Administración y Turismo	Comisión de reestructuración curricular Dirección de Escuela
3. Elaboración cuadro de requerimientos	10%	Presentar requerimientos	Reunión para determinar requerimientos					Docentes del área	Aula Computadora Proyector multimedia	1500.00	Facultad Administración y Turismo	Comisión de reestructuración curricular Dirección de Escuela

COSTO TOTAL DEL PLAN DE TRABAJO EN NUEVOS SOLES: S/. 15000.00

SEGUIMIENTO, MONITOREO Y EVALUACION DEL PLAN DE TRABAJO

SEGUIMIENTO

El proceso de seguimiento de actividades se guiará por el cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. El objetivo general que, a través de los resultados, evidencia los logros que se alcanzaran al finalizar el plan de trabajo.
2. Los objetivos específicos, que evidencian los logros que se buscan alcanzar con los diversos componentes del plan de trabajo.
3. Las actividades, que a través de su cumplimiento evidencian los avances del plan de trabajo.

Objetivos del plan	Indicadores	Momento de verificación	Formato de monitoreo
Objetivo General	Indicadores de resultado	Al culminar el plan o durante su ejecución	Informe final de resultados. Presentación de requerimientos
Objetivos específicos	Indicadores de cumplimiento de actividades	Durante y al culminar el plan de trabajo	Informes de avances e informe final de resultados
Actividades	Metas logradas	Durante el desarrollo del plan	Acta de reuniones de trabajo

MONITOREO

Se expone las actividades a realizar en términos de alcance, tiempo y costo con el respectivo cronograma y metodologías a aplicar.

El primer monitoreo se realizará a los 15 días de haber hecho la presentación de la propuesta. Durante el monitoreo, se verifica el cumplimiento de las reuniones

de trabajo, los avances de las actividades programadas y el involucramiento de los miembros de la comisión de reestructuración curricular. Se revisa el plan de trabajo a fin de establecer si existen observaciones y recomendaciones por parte de la comisión, para considerar su pertinencia e incorporarlos con el fin de mejorar el plan.

Durante el monitoreo se anotará las observaciones o recomendaciones respectivas.

EVALUACIÓN

Se evaluará la implementación de la propuesta, en relación al cumplimiento de las actividades programadas en un 100%.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La información procesada sirvió para contrastar los resultados obtenidos con las interrogantes y objetivos planteados en la investigación, y poder evidenciar de qué manera se relaciona el **perfil de competencias con la empleabilidad** del egresado en turismo de la UNASAM.

Considerando que para Alles (2008) competencia involucra las características de personalidad y habilidades idóneas, para un adecuado desempeño en un puesto de trabajo, un profesional en turismo debe contar con un perfil cuyas características reúna las competencias que le permita ubicarse en un puesto para lo que este mejor preparado en distintos aspectos, conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, así como tener los medios y recursos necesarios para realizar de manera efectiva sus labores en su área de trabajo.

Partiendo de esta premisa, el objetivo específico N°1 de la investigación fue **identificar el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM** y los resultados indican en el grafico 7 que un mayor porcentaje de los encuestados (75.7%) manifestaron que el perfil de competencias es medianamente adecuado y no adecuado (48.6% y 27.1% respectivamente); mientras que solo un 24.3%

manifestó ser adecuado. Esto muestra que el egresado ha podido contrastar las necesidades del campo laboral frente a una formación profesional con limitaciones en distintos aspectos vinculados a su desempeño y que el perfil de competencias no se ajusta a la realidad de la demanda laboral.

Considerando que la formación profesional está estrechamente vinculado a un currículo de estudios que le proporciona una sólida base científica y humanística y la posibilidad de afianzar las competencias pertinentes para su desempeño en el campo profesional, el grafico 12 nos muestra que un significativo 64.3% de los egresados manifestó que el currículo de estudios es poco adecuado para las necesidades del mercado laboral y la diferencia respondió entre inadecuado y muy inadecuado.

Sumado a lo que Díaz-Barriga, et al, (Como se citó en Huerta,2014) manifiesta, los perfiles contienen una secuencia de proposiciones sobre los principales conocimientos, habilidades intelectuales, destrezas, actitudes y valores éticos que debe poseer el egresado para ser capaz de desempeñar con eficiencia y eficacia sus funciones profesionales. Sin embargo, los resultados nos permiten inferir que los conocimientos teóricos, técnicos, así como en idiomas en la mayoría de los casos no han sido adecuados y suficientes (Ver tablas 9, 10 y 11 del anexo N°3). De igual manera, pocas veces se les ha brindado las condiciones necesarias para desarrollar sus habilidades gerenciales, tecnológicas y sociales para su desempeño adecuado en el campo profesional (Ver tablas 12, 13 y 14 del anexo N°3). Sobre toda para cubrir la necesidad de liderar la gestión turística que requiere hoy

creatividad, capacidad de decisión y visión de futuro para anticiparse a determinadas situaciones y escenarios no previstos.

Por otro lado, en muy pocos casos han tenido las condiciones para el uso de laboratorios especializados que hayan contribuido a su formación práctica (ver tablas 15 y 16 del anexo N°3) y los centros de prácticas pre profesionales solo en algunos casos tenían las condiciones necesarias para desarrollar competencias, ya que no se generaban convenios específicos para la realización de los mismos en empresas turísticas de la zona y tampoco existen centros de producción donde ellos puedan tener sus primeras experiencias y un acercamiento a la parte práctica.

Es importante mencionar que los egresados del 2014 al 2018 han sido formados con un currículo por objetivos implementada en el año 2002, el mismo que fue actualizado solo en aspectos de forma el año 2016, pero que en esencia sigue siendo un currículo desactualizado y poco adecuado a las necesidades del mercado laboral. Además, este mismo currículo en el presente año ha sido adaptado a un enfoque por competencias, pero sin un estudio de demanda social que lo fundamente y sin las condiciones necesarias para ser aplicado, lo que suponemos necesitará de un proceso de adaptación donde deberá tomarse en cuenta las condiciones básicas de formación como laboratorios especializados, capacitación de docentes, conocimientos en tecnologías de la información, idiomas, entre otros.

Cabe indicar que el perfil de egreso declarado en el plan de estudios de la carrera profesional de turismo de la UNASAM indica que el egresado está capacitado con

los conocimientos teóricos y prácticos para administrar las organizaciones tanto públicas como privadas del sector turismo y con los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el mismo, lo cual según los resultados obtenidos en el presente estudio es más declarativo y no refleja su aplicación en la práctica.

Ampliando el análisis, es importante mencionar lo que algunos egresados han manifestado durante el recojo de la información de campo, respecto al dictado de las asignaturas, que para ellos en la mayoría de los casos han sido muy teóricos y con pocas oportunidades y condiciones de llevar la teoría a la práctica, incluso en algunos casos eran impartidos por docentes que no tenían el dominio y la experiencia práctica en los diferentes temas de las asignaturas.

El objetivo específico N°2 fue **determinar si el perfil de competencias cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad** y los resultados del grafico 8 indican que, del total de encuestados, el 71.4% expresa que en ningún caso (30%) y en algunos casos (41.4%) cuentan con las competencias principales. Sólo Un porcentaje del 28.6% manifestó que el perfil de competencias del egresado si cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad.

Es importante considerar que una manera de vincular a los futuros profesionales con el campo laboral es justamente conociendo las características del perfil profesional que los empleadores requieren, ya que las organizaciones se van adaptando a los cambios del entorno y sus exigencias, y esto afecta también a las personas que forman parte de ella. De manera que se tiene que ir replanteando y

analizando que nuevas características se deben ir incorporando en los recursos humanos para desarrollar su talento de manera permanente y esto contribuya a promover la competitividad de las organizaciones.

Al respecto, en la investigación: “Percepciones de los empleadores sobre la empleabilidad de la gestión turística, realizada por Dhiman, Mohinder Chand (2012), se evidencia que existe una diferencia en la forma en que cada grupo clasifica cada habilidad de gestión del turismo, por lo tanto, faltan características comunes entre las habilidades y los atributos que los estudiantes perciben como importantes y los que los empleadores esperan. La investigación deja en claro que, existe una necesidad real de abordar las brechas entre las expectativas de los empleadores y los resultados de la educación y formación turística.

Por eso es importante, identificar permanentemente las necesidades del mercado laboral del sector turismo, para que las instituciones formativas generen las condiciones para desarrollar competencias acordes a estas necesidades de los empleadores y que el egresado pueda responder de manera positiva a dichos requerimientos. La investigación ha evidenciado que para la mayoría de los egresados (82.9%) el nivel de competencias que ha desarrollado es poco adecuado para su desempeño en el campo laboral según el grafico 13 y sólo un 25.7% considera que cuenta con las competencias necesarias para su empleabilidad según los resultados del grafico 14. Se puede observar entonces, que la falta de un estudio de demanda social no permite tener los insumos necesarios para diseñar

un perfil competente del egresado, y esto ha traído como consecuencia dificultades en la inserción laboral.

Esta situación concuerda con lo manifestado por Castelo y Avolio 2004 (Como se citó en Huerta,2014) que el diseño curricular constituye un documento que se elabora a partir de la descripción del perfil profesional, considerando los desempeños que una persona tenga en una determinada ocupación para resolver diversas situaciones, asegurando de esta manera su empleabilidad.

Por otro lado, el objetivo específico N°3 de la investigación fue **determinar el nivel de empleabilidad del egresado en turismo**, el mismo que podemos contrastar con los resultados de la tabla 8 que nos muestra que un 65.7% de los encuestados está trabajando en diferentes áreas del sector turismo como agencias de viaje, establecimientos de hospedaje, restaurantes y el sector público; mientras que, un significativo 34.3% está trabajando en otras áreas distintas al campo del turismo. Vemos que, un porcentaje importante de egresados no se dedica a actividades del campo del turismo y un factor podría estar vinculado a lo que muestra la tabla 26 donde sólo un 12.3% considera que los conocimientos, competencias y actitudes desarrolladas en su formación, casi siempre le han permitido ser un profesional empleable, mientras que para el 68.6% pocas veces y para un 17.1% muy pocas veces.

Además, según la experiencia de los egresados que forman parte de este estudio, una de las competencias más solicitadas es el manejo de sistemas tecnológicos en turismo, así como el manejo de sistemas hoteleros y de reservas, seguido de las

habilidades interpersonales y dominio del idioma inglés, como indica los resultados del grafico 15.

Podemos inferir entonces que, los egresados tienen dificultad respecto a su formación en conocimientos, competencias y actitudes vinculadas al campo del turismo y que influyen en su empleabilidad. Al respecto Alles (2009) afirma que:” La empleabilidad se sostiene sobre cuatro pilares importantes, tres de ellos modificables por las personas como los **conocimientos**; que se pueden adquirir, las **competencias**, que se pueden desarrollar y la **actitud** para buscar empleo. El cuarto elemento, el **mercado** sobre el cual no se puede actuar en forma aislada.

La clave es sostenerse interesante frente al empleador y eso implica una constante actualización de las capacidades y la disponibilidad para el trabajo.

Relacionado a este aspecto, consideremos lo que afirma Feijoó (2016), que el sector hotelero tiene en claro un conjunto de habilidades y competencias que definen el perfil de la persona ideal para desarrollar su actividad en la hotelería, como la orientación al servicio, facilidad para desarrollar relaciones interpersonales, disposición para el vínculo intercultural, habilidades técnicas, como saber idiomas, así como también de aptitud mental y la apertura necesaria para asimilar, entender y resolver distintas necesidades de los clientes, capacidad para el trabajo en equipo y capacidad de creatividad e innovación que puedan atender las necesidades de los clientes. Aspectos que, definitivamente se relacionan con los resultados del estudio.

Según el Ministerio de trabajo y promoción del empleo (MTPE) (2013) el reto es elevar la calificación de los trabajadores de modo tal que se pueda responder de

mejor manera los requerimientos de la empresa. Asimismo, hay una permanente brecha insatisfecha por parte de las empresas para coberturar plazas de trabajo: alrededor de tres de cada diez empleadores (28,0%) tienen inconvenientes para cubrir una vacante, debido a la falta de talento disponible.

Para contrastar el objetivo general, que fue determinar la **relación del perfil de competencias con la empleabilidad del egresado** en turismo de la UNASAM, los datos obtenidos demuestran que no hay relación estadísticamente significativa entre el perfil de competencias y la empleabilidad del egresado. Esto debido a que un porcentaje significativo de egresados considera que, el perfil de competencias no tiene las características que se necesita en el mercado laboral y muchos de ellos están trabajando en áreas diferentes a las del turismo.

De manera que, el nivel de empleabilidad es bajo, como manifestamos anteriormente el 34.3% de los encuestados, considerado como “otros” (ver tabla 8 del anexo N°3), se dedican a actividades diferentes al turismo, algunos han realizado emprendimiento tanto en el sector como en otros rubros, y unos pocos estudian otra carrera.

Asimismo, los egresados respondieron en su mayoría que los conocimientos teóricos, técnicos y de idiomas recibidos en su formación pocas veces han contribuido a su empleabilidad y lo podemos ver en lo obtenido en la tabla 17,18 y 19. Del mismo modo en la tabla 20 los egresados manifestaron que las competencias digitales desarrolladas son poco adecuadas a las que exige el mercado laboral, respecto a este punto la Doctora Martha Alles, en su conferencia:

“Las competencias digitales para el profesional de hoy “,del 12 de junio de 2019, como conclusión general manifestó que el mundo de hoy, altamente competitivo y globalizado requiere de seleccionar colaboradores (gerentes, profesionales y técnicos) con habilidades y competencias digitales, en todas las áreas de trabajo de las organizaciones y disciplinas profesionales. En tal sentido, corresponde a la formación profesional de las Universidades, en los estudios de pregrado e incluso, en posgrado, desarrollar o perfeccionar dichas competencias digitales.

Tomando en cuenta que Huaraz es una zona eminentemente turística, donde la planta hotelera ha crecido en los últimos años y los gobiernos locales han puesto interés en difundir la cultura, tradiciones y atractivos turísticos de los pueblos del Callejón de Huaylas, para buscar en el turismo una forma de desarrollo para su comunidad, diversificando sus actividades económicas y mejorando su calidad de vida; es necesario empoderar al profesional en turismo, para que pueda dirigir y administrar éstos recursos turísticos, así como gerenciar empresas turísticas con eficiencia y eficacia.

Sin embargo, en las tablas 21, 22, 23, 24 y 25 los encuestados en su mayoría indicaron que es poco adecuada la formación en competencias que signifique para ellos una ventaja que les permita incorporarse con pocas limitaciones a las necesidades del mercado laboral de las agencias de viaje y turismo, establecimientos de hospedaje, restaurantes, Instituciones públicas y organizaciones privadas del sector turismo.

De modo que, los últimos años se reporta una conexión positiva entre la producción y el empleo en restaurantes y hoteles, de modo que en la medida que se incrementa la producción también aumenta el empleo y viceversa, esto es notorio sobre todo en aquellas empresas que cuentan con 50 y más trabajadores. MTEP (2013).

La oportunidad de incorporar al sector a un profesional en turismo es prometedora, ya que en los últimos años se ha dado el caso que algunos egresados se han insertado en municipalidades e instituciones públicas del sector y un buen número en hoteles; y, justamente de la experiencia de muchos de ellos, se ha recogido información relevante acerca de las carencias formativas que los egresados han identificado en el campo laboral.

Sin embargo, es importante destacar que el propio interés en desarrollarse, la iniciativa por mejorar sus competencias, sumado a las características personales como disciplina, actitudes adecuadas, carácter, entre otros, han permitido a muchos de los egresados, aprovechar las oportunidades laborales en el sector; tal es así que algunos están estudiando maestrías vinculadas al sector público, ya que aquí las universidades no cuentan con maestrías en turismo; sentando precedentes y abriendo las posibilidades a otros egresados para incorporarse al campo laboral del turismo.

Otro aspecto que afecta la actividad turística y por lo tanto también la empleabilidad, es sin duda la informalidad, ya que no promueve el empleo de profesionales en el campo, sino más bien la mano de obra barata y empírica en el sector. El turismo

necesita más que nunca de profesionales capaces de promover la competitividad de los destinos turísticos y de las empresas de turismo, orientadas a un servicio de calidad y capaces de desarrollar proyectos de desarrollo turístico sostenibles.

Finalmente, en el trabajo de campo donde se pudo conversar con los egresados, algunos mencionaban que la universidad debería formarlos además en temas de emprendimiento, ya que algunos habían tenido dificultad en emprender un negocio turístico. Solamente con sus conocimientos empíricos y el deseo de ser independientes en el campo laboral han podido salir adelante, pero que no tuvieron las herramientas necesarias para iniciar un negocio bien planificado.

Según el MTEP (2013), El siglo XXI ha traído muchos cambios y desafíos para las economías, las sociedades y las personas. Cumplir los objetivos de desarrollo, fomentar el crecimiento ecológico, la respuesta al cambio climático, el envejecimiento de las sociedades y la economía del conocimiento son temas importantes en el debate internacional, ya que nos ubican en contextos y situaciones desconocidas que nos exigen análisis y decisiones inmediatas y aplicar nuevas herramientas y métodos. Esto plantea también nuevos objetivos para los proveedores de educación en todo el mundo, teniendo entre sus principales prioridades fortalecer la calidad y la importancia del aprendizaje y la enseñanza, fomentar la empleabilidad de los graduados a lo largo de su vida laboral, proporcionar acceso permanente al aprendizaje para un cuerpo estudiantil diverso, desarrollar e implementar estrategias efectivas de internacionalización.

CONCLUSIONES

1. El perfil de competencias para un porcentaje significativo de 75.7% de los egresados es poco adecuado para las necesidades del mercado laboral actual del turismo, su formación es muy teórica y la falta de un currículo de estudios actualizado no les ha permitido desarrollar las competencias principales requeridas para la empleabilidad.
2. El perfil de competencias del egresado no cuenta en la mayoría de los casos con las principales competencias para la empleabilidad ya que el más requerido es el dominio de idiomas, seguido del manejo de la tecnología digital en turismo y sumado a ellas las habilidades sociales, y elaboración de proyectos y planes de desarrollo turístico. Aspectos que no han sido desarrollados en todos los casos, existiendo una brecha importante por cubrir para la empleabilidad.
3. Un poco más de la mitad de los egresados están siendo empleados en áreas del sector turismo mientras que la diferencia están siendo empleados en áreas diferentes al sector turismo, un porcentaje significativo que evidencia un nivel poco adecuado de empleabilidad de los egresados en el sector turismo.
4. No existe relación entre el perfil de competencias y la empleabilidad del egresado debido a la falta de conocimiento de los requerimientos de los

empleadores y estudios de demanda social que fundamenten esas necesidades formativas del profesional en turismo para una mejor inserción en el mercado laboral del turismo. Es necesario incrementar el empleo, en gestión turística a fin de promover la competitividad de las organizaciones.

5. El enfoque de la formación del profesional del turismo en la UNASAM no está marcadamente orientado a un mundo globalizado, tecnificado y competitivo.
6. En la formación profesional actual del estudiante en turismo en la UNASAM, no se subraya el tema de investigación, lo cual es un factor fundamental de estos tiempos en todo profesional moderno, incluyendo el agente de cambio.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda, adecuar el currículum a las necesidades del mercado laboral y crear las condiciones para impartir la teoría con la práctica sobre todo en áreas de la parte operativa del turismo.
2. Se recomienda, incidir en la formación práctica de competencias necesarias para la empleabilidad como el idioma inglés, el manejo de sistemas hoteleros, de reservas y agencias de viaje; así como habilidades sociales, y elaboración de proyectos y planes de desarrollo turístico, aspectos que no han sido desarrollados de manera adecuada en todos los casos.
3. Se recomienda, desarrollar y fortalecer las competencias del egresado, ya que esto permitirá una inserción favorable al mercado laboral del turismo, elevando los niveles de empleabilidad de manera significativa.
4. Se recomienda, realizar un estudio de demanda social que permita conocer periódicamente las necesidades del mercado laboral del turismo, ya que el entorno altamente competitivo y cambiante requiere también cambios permanentes en las competencias de los profesionales, que permitan cubrir la brecha de la empleabilidad.

5. Se recomienda, incorporar un enfoque de en asignatura del currículo hacia un mundo altamente competitivo, tecnificado y globalizado utilizando las tecnologías de la información, cursos virtuales de apoyo y videoconferencias para los estudiantes en su formación profesional.

6. Se recomienda, enfatizar el tema de investigación en la formación profesional del estudiante de Turismo para poder investigar, enfrentar el cambio e iniciar el proceso de producción de conocimiento que todo profesional debe tener, más aun aprovechando el contexto nacional e internacional, sobre el cual se desarrolla la actividad turística.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Libros

Alles, M. (2008). *Desarrollo del talento humano. Basado en competencias* (2a ed.). Buenos Aires: Ediciones Granica.

Alles, M. (2008). *Diccionario de preguntas. Gestión por competencias* (1a ed.). Buenos Aires. Argentina: Ediciones Granica.

Alles, M. (2009). *Dirección estratégica de recursos humanos. Gestión por competencias*. Buenos Aires Argentina: Ediciones Granica S.A.

Alles, M. (2009). *Diccionario de competencias. La trilogía: Las 60 competencias más utilizadas* (1a ed.). Buenos Aires Argentina: Ediciones Granica.

APA. (2015). *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association*. México, D.F.: CemPro.

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica* (6a ed.). Caracas: Editorial Episteme. Recuperado de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACIÓN-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Casanueva, C., García del Junco, J. y Caro, F. (2004). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Ediciones Pirámide.

De José Belzunce, M., Danvila del Valle, I. y Martínez-López, F. (2011). *Guía de competencias emocionales para directivos*. Madrid: ESIC Editorial.

- Feijoó, J., Montarcé, J., Oubiña, G., Urbancic, M., Yacopi, R. y Frenández Belda, J. (2016). *El Talento humano en hotelería y turismo*. Buenos Aires: UGERMAN Editor.
- Hernández, R., Fernandez, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México, D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores.
- Huerta, M. (2014). *Formación por competencias a través del aprendizaje estratégico*. Lima: Editorial San Marcos.
- MINCETUR. (2004). *Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo –DS N° 026-2004*
- MINCETUR. (2014). *Principales resultados de la encuesta de demanda ocupacional en el sector turismo*. Lima.
- MINCETUR. (2018). *Movimiento Turístico en Ancash*. Año de evaluación 2018. Lima.
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú. Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Madrid, España.
- Ortiz, J., Rendón, M. y Atehortúa, J. (2012). *Score de competencias. Como transformar el modelo de competencias en un sistema de scores asociado a los procesos clave de su negocio*. Medellín: CCO Los Consultores.
- Pereda, S., Berrocal, F. y Alonso, M. (2014). *Bases de psicología del trabajo para gestión de los recursos humanos*. Madrid: Editorial Síntesis.

Ramirez, C. (2009). *Perfil del recurso humano en turismo*. México, D.F.: Editorial Trillas.

Tamayo, M. (2006). *El proceso de la Investigación Científica* (4a ed.). México, D.F.: Limusa Noriega Editores.

Artículos

Tsai, Ching-Yi. (2013). A study of employability between higher technical and vocational education and employer in tourism and hospitality: A stakeholder perspective. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(10), 344-357. Recuperado de http://hrmars.com/hrmars_papers/A_Study_of_Employability_between_Higher_Technical_and_Vocational_Education_and_Employer_in_Tourism_and_Hospitality_A_Stakeholder_perspective.pdf

Dhiman, M. C. (2012). Employers' perceptions about tourism management employability skills. *Anatolia*, 23(3), 359-372. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2012.711249>

Páginas Electrónicas

Asociación Médica Mundial (2017). *Declaración de Helsinki de la AMM – Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos*. Recuperado de <https://www.wma.net/es/policias-post/declaracion-de-helsinki-de-la->

[amm-principios-eticos-para-las-investigaciones-medicas-en-seres-humanos/](#)

García, A. (2011). *La formación turística y el mercado laboral en la Comunidad Valenciana: las expectativas de inserción laboral y de formación académica de los alumnos de turismo de la Universidad de Alicante*. En M. Tortosa, J. Álvarez, N. Pellín (Coords.), *IX Jornades de xarxes d'investigació en docència universitària*, 2830-2844. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19885>

Jafari, J. (2005). *La cientificación del turismo*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm>

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Código ético mundial para el turismo: por un turismo responsable*. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2017). *Código ético mundial para el turismo: por un turismo responsable*. Recuperado de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodees.pdf>

Tejedor, E., Barreira, V. (25 de septiembre de 2013). *Con tener buenas notas ya no basta*. *El País*, 30. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1435652199?accountid=40736>

Tesis

Casco, S. (2013). *Plan de profesionalización por competencias en el mercado laboral del sector turismo de aventura*. (Tesis de pregrado). Universidad Internacional SEK, Quito.

Condori, E. y Matta, J. (2016). *Inserción Laboral de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín Arequipa 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Arequipa.

Gómez de Lunar V. (2009). *Desempeño Laboral del Licenciado en Turismo de la Universidad de Oriente, según la Opinión del Sector Empresarial Turístico Privado de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta*. (Tesis Doctoral). Universidad de Oriente. Venezuela.

Granados, M. (2013). *El desarrollo competencias laborales y formación de los profesionales en turismo, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Año 2013*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

Peralta, D. (2015). *Formación Profesional en Hotelería y Turismo e Inserción Laboral caso: Facultad de Ciencias Aplicadas-UNCP-TARMA*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú. Tarma.

Tirado, J. (2014). *La Inserción Laboral del Licenciado en Turismo en la Provincia de Trujillo: egresado de la Universidad Nacional de Trujillo*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TIULO	PROBLEMA GENERAL Y ESPECIFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	HIPOTESIS GENERAL Y ESPECIFICAS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>“Perfil de Competencias y Empleabilidad del Egresado en Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúñez de Mayolo de Huaraz 2014 - 2018”</p>	<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿De qué manera se relaciona el perfil de competencias con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación del perfil de competencias con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL</p> <p>El perfil de competencias se relaciona de manera significativa con la empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM</p>	<p>Vi: PERFIL DE COMPETENCIAS</p>	<p>1. Conocimientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos teóricos • Conocimientos técnicos • Conocimientos de idiomas 	<p>Diseño de investigación: No Experimental Transeccional Correlacional / Causal</p>
	<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿Cómo es el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Identificar el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>1. El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM es inadecuado.</p>		<p>2. Habilidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades gerenciales • Habilidades tecnológicas • Habilidades sociales 	
	<p>2. ¿El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad?</p>	<p>2. Determinar si el perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad</p>	<p>2. El perfil de competencias del egresado en turismo de la UNASAM no cuenta con las competencias principales requeridas para la empleabilidad</p>		<p>3. Medios y Materiales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • Laboratorios especializados • Practicas pre profesionales • Currículo actualizado 	<p>Población: 86 Egresados de la Escuela de turismo de la UNASAM</p>
	<p>3. ¿Cuál es el nivel de empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM?</p>	<p>3. Determinar el nivel de empleabilidad del egresado en turismo de la UNASAM</p>	<p>3. El nivel de empleabilidad de los egresados en turismo de la UNASAM es bajo.</p>	<p>Vd: EMPLEABILIDAD</p>	<p>1. Conocimientos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos teóricos • Conocimientos técnicos • Conocimiento de idiomas 	<p>Muestra: 70 encuestados Criterios de Inclusión y ✓ Criterios de exclusión</p> <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • De muestreo Estadístico • De recolección de datos: Encuestas Estadísticas referenciales • De Procesamiento: Software estadístico (Programa SPSS, versión Vers4)
					<p>2. Competencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencias digitales • Competencias gerenciales 	
					<p>3. Actitudes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad a los cambios • Comunicación eficaz • Trabajo en equipo 	
					<p>4. Mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viaje y turismo • Establecimientos de Hospedaje • Restaurantes • Instituciones públicas • Organizaciones privadas 	

ANEXO N°2

CUESTIONARIO

(A LOS EGRESADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO)

La presente encuesta es anónima y forma parte de una investigación acerca del perfil de competencias del egresado de la escuela profesional de turismo de la UNASAM y su relación con la empleabilidad. Tiene como propósito proponer un perfil de competencias para mejorar el nivel de empleabilidad del egresado en turismo, promoviendo el desarrollo y revaloración del profesional de este sector. Agradecemos su colaboración y sus respuestas con total sinceridad, a fin de lograr los objetivos propuestos.

I. DATOS GENERALES:

1.1. Datos del encuestado:

- 1) Sexo: 1) Masculino 2) Femenino
- 2) Edad: _____
- 3) Año de Egreso: _____

1.2. Empresa donde labora

- 1) Agencias de viaje
- 2) Establecimiento de hospedaje
- 3) Restaurante
- 4) Sector público
- 5) Otros: _____

1.3. Cargo que ocupa y empresa: _____

1.4. Condición laboral: 1) Nombrado 2) Contratado 3) Independiente

1.5. Tiempo que labora en el cargo: _____ años

1.6. Lugar donde se encuentra el centro laboral: _____

1.7. Otros estudios que esté realizando a la fecha: _____

II. PERFIL DE COMPETENCIAS

2.1. ¿Considera que los conocimientos teóricos recibidos durante su formación han sido adecuados?

- 1) En ningún caso
- 2) En muy pocos casos
- 3) En algunos casos
- 4) En la mayoría de los casos
- 5) En todos los casos

2.2. ¿Considera que los conocimientos técnicos recibidos durante su formación han sido adecuados con relación a las necesidades del campo laboral?

- 1) En ningún caso
- 2) En muy pocos casos
- 3) En algunos casos
- 4) En la mayoría de los casos
- 5) En todos los casos

2.3. ¿Ha recibido adecuados conocimientos en idiomas durante su formación?

- 1) No han sido adecuados
- 2) Muy pocas veces
- 3) Pocas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

- 2.4. ¿Durante su formación le brindaron las condiciones necesarias para desarrollar habilidades gerenciales?
- 1) No había las condiciones
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 2.5. ¿Durante su formación le brindaron las condiciones necesarias para desarrollar habilidades Tecnológicas vinculadas al campo del turismo?
- 1) No había las condiciones
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 2.6. ¿Durante su formación se han realizado acciones orientadas al desarrollo de habilidades sociales para su desempeño en el campo profesional?
- 1) No se han realizado
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 2.7. ¿Tenía las condiciones para el uso de la tecnología en favor de la formación profesional?
- 1) No había las condiciones
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 2.8. ¿Cuenta la escuela profesional de turismo con laboratorios especializados que hayan contribuido a su formación práctica?
- 1) En ningún caso
 - 2) En muy pocos casos
 - 3) En algunos casos
 - 4) En la mayoría de los casos
 - 5) En todos los casos
- 2.9. ¿Los Centros de prácticas pre profesionales tenían las condiciones necesarias para desarrollar sus competencias en las áreas del sector turismo?
- 1) En ningún caso
 - 2) En muy pocos casos
 - 3) En algunos casos
 - 4) En la mayoría de los casos
 - 5) En todos los casos
- 2.10. ¿Según su apreciación, el currículo de estudios era adecuado para las necesidades del mercado laboral?
- 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado

- 5) Muy adecuado
- 2.11. ¿Qué nivel de competencias considera usted que ha desarrollado durante su formación para su desempeño en el campo laboral?
 - 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 2.12. ¿Según su experiencia cuenta usted con las competencias necesarias para su empleabilidad?
 - 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado

III. EMPLEABILIDAD

- 3.1. ¿Los conocimientos teóricos adquiridos en su formación han contribuido en su empleabilidad?
 - 1) No han contribuido
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 3.2. ¿Los conocimientos técnicos adquiridos en su formación han contribuido en su empleabilidad?
 - 1) No han contribuido
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 3.3. ¿El nivel de conocimiento adquirido en su formación en idiomas han contribuido en su empleabilidad?
 - 1) No ha contribuido
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 3.4. ¿Durante su formación ha desarrollado las competencias digitales que le exige el mercado laboral?
 - 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 3.5. ¿Durante su formación ha desarrollado competencias gerenciales adecuadas a las que exige el mercado laboral?
 - 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado

- 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 3.6. ¿Durante su formación ha desarrollado capacidad de adaptabilidad a los cambios según las necesidades del mercado laboral?
- 1) Me cuesta adaptarme a los cambios
 - 2) Muy pocas veces
 - 3) Pocas veces
 - 4) Casi siempre
 - 5) Siempre
- 3.7. ¿Le han formado en temas de comunicación eficaz para no tener dificultad en el campo laboral?
- 1) Siempre
 - 2) Casi siempre
 - 3) Pocas veces
 - 4) Muy pocas veces
 - 5) No he tenido dificultad
- 3.8. ¿Le han formado en temas de trabajo en equipo para no tener dificultad al incorporarse al mercado laboral?
- 1) Siempre
 - 2) Casi siempre
 - 3) Pocas veces
 - 4) Muy pocas veces
 - 5) No he tenido dificultad
- 3.9. ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las agencias de viaje y turismo?
- 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 3.10. ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de los establecimientos de hospedaje?
- 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 3.11. ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de los restaurantes?
- 1) Muy inadecuado
 - 2) Inadecuado
 - 3) Poco adecuado
 - 4) Adecuado
 - 5) Muy adecuado
- 3.12. ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las Instituciones públicas del sector turismo?

- 1) Muy inadecuado
- 2) Inadecuado
- 3) Poco adecuado
- 4) Adecuado
- 5) Muy adecuado

3.13. ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las organizaciones privadas del sector turismo?

- 1) Muy inadecuado
- 2) Inadecuado
- 3) Poco adecuado
- 4) Adecuado
- 5) Muy adecuado

3.14. ¿Los conocimientos, competencias y actitudes desarrollados en su formación le han permitido ser un profesional empleable en el mercado laboral del sector turismo?

- 1) No me ha permitido
- 2) Muy pocas veces
- 3) Pocas veces
- 4) Casi siempre
- 5) Siempre

3.15. De acuerdo a su experiencia en el mercado laboral indique las competencias, conocimientos o actitudes principales que le han solicitado para su empleabilidad.

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____
- 5) _____

FICHA TECNICA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del Informante	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del Instrumento
Lirio Loli F. Antonias	Docente-UNASAM	CUESTIONARIO	CARBAJULCA MILLA MILADY JESÚS
Título del estudio: "PERFIL DE COMPETENCIAS Y EMPLEABILIDAD DEL EGRESADO EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO DE HUARAZ 2014-2018"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	0	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9
		1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6
		0	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	1
		5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado, sencillo y claro.															76					
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas y actividades observables en la comunidad.															75					
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.															65					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una estructura lógica, ordenada y coherente.																80				
5. SUFICIENCIA	Comprende todos los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																			71	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la V.I. en la V.D. o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																			75	

FICHA TECNICA

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del Informante	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del Instrumento
TANDAYPAU SALAZAR JORGE LUIS	DOCENTE PRINCIPAL UNISSAM	CUESTIONARIO	CARBAJULCA MILLA MILADY JESÚS
Título del estudio: "PERFIL DE COMPETENCIAS Y EMPLEABILIDAD DEL EGRESADO EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO DE HUARAZ 2014-2018"			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Coloque el porcentaje, según intervalo

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		0	0	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9
		1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6	1	6
		0	1	1	2	2	3	3	4	4	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	1
		5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0	5	0
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado, sencillo y claro.																				
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas y actividades observables en la comunidad.																				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.																				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una estructura lógica, ordenada y coherente.																				
5. SUFICIENCIA	Comprende todos los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la V.I. en la V.D. o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																				

ANEXO N°3: TABLAS ADICIONALES

Tabla 8.- Empresa donde Labora

	Egresados	Porcentaje
Agencia de Viaje	3	4,3
Establecimiento de Hospedaje	23	32,9
Restaurante	2	2,9
Sector Publico	18	25,7
Otros	24	34,3
Total	70	100,0

Tabla 9.- ¿Considera que los conocimientos teóricos recibidos durante su formación han sido adecuados?

	Egresados	Porcentaje
En ningún caso	1	1.4
En muy pocos casos	14	20.0
En algunos casos	37	52.9
En la mayoría de los casos	18	25.7
Total	70	100.0

Tabla 10.- ¿Considera que los conocimientos técnicos recibidos durante su formación han sido adecuados con relación a las necesidades del campo laboral?

	Egresados	Porcentaje
En ningún caso	5	7.1
En muy pocos casos	20	28.6
En algunos casos	37	52.9
En la mayoría de los casos	8	11.4
Total	70	100.0

Tabla 11 .- ¿Ha recibido adecuados conocimientos en idiomas durante su formación?

	Egresados	Porcentaje
No han sido adecuados	22	31.4
Muy pocas veces	25	35.7
Pocas veces	20	28.6
Casi siempre	3	4.3
Total	70	100.0

Tabla 12.- ¿Durante su formación le brindaron las condiciones necesarias para desarrollar habilidades gerenciales?

	Egresados	Porcentaje
No había las condiciones	13	18.6
Muy pocas veces	14	20.0
Pocas veces	33	47.1
Casi siempre	10	14.3
Total	70	100.0

Tabla 13.- ¿Durante su formación le brindaron las condiciones necesarias para desarrollar habilidades Tecnológicas vinculadas al campo del turismo?

	Egresados	Porcentaje
No había las condiciones	26	37.1
Muy pocas veces	22	31.4
Pocas veces	19	27.1
Casi siempre	3	4.3
Total	70	100.0

Tabla 14.- ¿Durante su formación se han realizado acciones orientadas al desarrollo de habilidades sociales para su desempeño en el campo profesional?

	Egresados	Porcentaje
No se han realizado	6	8.6
Muy pocas veces	12	17.1
Pocas veces	30	42.9
Casi siempre	21	30.0
Siempre	1	1.4
Total	70	100.0

Tabla 15.- ¿Cuenta la escuela profesional de turismo con laboratorios especializados que hayan contribuido a su formación práctica?

	Egresados	Porcentaje
En ningún caso	37	52.9
En muy pocos casos	20	28.6
En algunos casos	13	18.6
Total	70	100.0

Tabla 16.- ¿Los Centros de prácticas pre profesionales tenían las condiciones necesarias para desarrollar sus competencias en las áreas del sector turismo?

	Egresados	Porcentaje
En ningún caso	4	5.7
En muy pocos casos	19	27.1
En algunos casos	28	40.0
En la mayoría de los casos	19	27.1
Total	70	100.0

Tabla 17.- ¿Los conocimientos teóricos adquiridos en su formación han contribuido en su empleabilidad?

	Egresados	Porcentaje
No han contribuido	1	1.4
Muy pocas veces	14	20.0
Pocas veces	47	67.1
Casi siempre	8	11.4
Total	70	100.0

Tabla 18.- ¿Los conocimientos técnicos adquiridos en su formación han contribuido en su empleabilidad?

	Egresados	Porcentaje
No han contribuido	1	1.4
Muy pocas veces	15	21.4
Pocas veces	51	72.9
Casi siempre	3	4.3
Total	70	100.0

Tabla 19.- ¿El nivel de conocimiento adquirido en su formación en idiomas han contribuido en su empleabilidad?

	Egresados	Porcentaje
No han contribuido	18	25.7
Muy pocas veces	24	34.3
Pocas veces	24	34.3
Casi siempre	4	5.7
Total	70	100.0

Tabla 20.- ¿Durante su formación ha desarrollado las competencias digitales que le exige el mercado laboral?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	8	11.4
Inadecuado	14	20.0
Poco Adecuado	40	57.1
Adecuado	8	11.4
Total	70	100.0

Tabla 21.- ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las agencias de viaje y turismo?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	2	2.9
Inadecuado	2	2.9
Poco Adecuado	46	65.7
Adecuado	19	27.1
Muy Adecuado	1	1.4
Total	70	100.0

Tabla 22.- ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de los establecimientos de hospedaje?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	2	2.9
Inadecuado	3	4.3
Poco Adecuado	49	70.0
Adecuado	15	21.4
Muy Adecuado	1	1.4
Total	70	100.0

Tabla 23.- ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de los restaurantes?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	1	1.4
Inadecuado	11	15.7
Poco Adecuado	48	68.6
Adecuado	10	14.3
Total	70	100.0

Tabla 24.- ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las Instituciones públicas del sector turismo?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	1	1.4
Inadecuado	7	10.0
Poco Adecuado	53	75.7
Adecuado	8	11.4
Muy Adecuado	1	1.4
Total	70	100.0

Tabla 25.- ¿Le han formado en competencias necesarias para responder a las necesidades del mercado laboral de las organizaciones privadas del sector turismo?

	Egresados	Porcentaje
Muy Inadecuado	1	1.4
Inadecuado	5	7.1
Poco Adecuado	55	78.6
Adecuado	9	12.9
Total	70	100.0

Tabla 26.- ¿Los conocimientos, competencias y actitudes desarrollados en su formación le han permitido ser un profesional empleable en el mercado laboral del sector turismo?

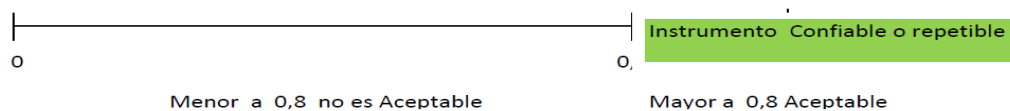
	Egresados	Porcentaje
No me ha permitido	1	1.4
Muy pocas veces	12	17.1
Pocas veces	48	68.6
Casi siempre	9	12.9
Total	70	100.0

ANEXO N°4

INDICE DE CONSISTENCIA INTERNA PARA VARIABLES (CONFIABILIDAD)

VARIABLE: PERFIL DE COMPETENCIAS Y EMPLEABILIDAD DEL
EGRESADO

Estadísticas de confiabilidad	
Alpha Crombach	N de elementos
0.851	26



Interpretación: Podemos ver que la prueba estadística alpha de cronbach es de **0.851** el mismo que muestra que el instrumento de medición de la investigación es confiable o fiable medianamente bajo que produce resultados medianamente consistentes cuando se aplica en diferentes ocasiones (estabilidad o reproducibilidad (replica)).

ANEXO N° 5: FOTOGRAFIAS



Frontis de la Universidad Nacional "Santiago Antúnez de Mayolo"
Ciudad universitaria



Estudiantes de la Carrera de Turismo en el desarrollo de un Taller

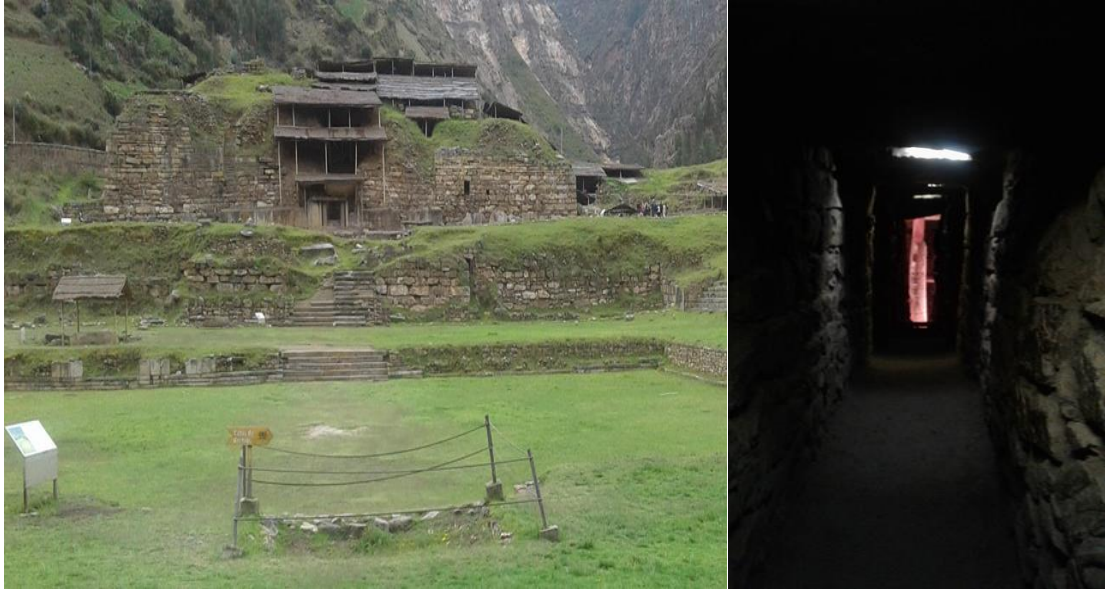


Estudiantes de la Carrera de Turismo en el laboratorio de Gastronomía

PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DE HUARAZ



Nevado Huascarán, el más alto del Perú ubicado en la Cordillera blanca y se puede apreciar desde la ciudad de Huaraz



**Monumento arqueológico de Chavín de Huantar
y al lado derecho el Lanzón de Chavín ubicado en las galerías subterráneas**



Laguna de Parón en Caraz



Laguna de Llanganuco ubicada entre los nevados Huandoy y Huascarán de color turquesa y bosque de quenuales



Caraz, lugar de fabricación del manjar blanco, dulces típicos y producción de arándanos y flores