



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

TESIS

**PERFIL PROFESIONAL BASADO EN COMPETENCIAS DEL EGRESADO
DE LA CARRERA DE TURISMO QUE REQUIEREN LAS AGENCIAS DE
VIAJES DE LA PROVINCIA DE ICA, 2016**

**PRESENTADO POR:
CORONADO AYBAR, GUILIANA TERESA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**ICA – PERÚ
2018**

Dedicatoria

A mi familia, gracias a cuyo apoyo pude concluir mi carrera. A mis padres y hermanos por su apoyo y confianza en todo lo necesario para cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mi madre por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre. A mi padre por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor. A mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome.

A toda mi familia y amigos que de una u otra manera me han llenado de sabiduría para terminar la tesis.

Agradecimiento

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres Héctor y Teresa por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A todos mis maestros, por enseñarme a valorar los estudios y a superarme cada día, y a quienes tuvieron la paciencia para guiarme durante todo el desarrollo de esta tesis.

ÍNDICE

	Pág.
CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO I: PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del Problema	11
1.1.1. Delimitación de la Investigación	13
1.2. Formulación del problema de investigación	13
1.3. Objetivos de la investigación	13
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	14
1.4.1. Justificación Legal	14
1.4.2. Justificación Teórica	17
1.4.3. Justificación Práctica	17
1.4.4. Importancia del Estudio de Investigación	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la Investigación	19
2.2. Bases teóricas	23
2.3. Hipótesis de la Investigación	51
2.4. Variable de estudio	51
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. Ámbito de Estudio	53
3.2. Tipo de Investigación	53
3.3. Nivel de Investigación	54
3.4. Método de Investigación	54
3.5. Diseño de la Investigación	54
3.6. Población, Muestra y Muestreo	55
3.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	56
3.8. Procedimiento de Recolección de Datos	56
3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	56
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1. Presentación de resultados	57
4.2. Discusión de Resultados	72
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS	82

RESUMEN

La presente tesis titulada: "PERFIL PROFESIONAL BASADO EN COMPETENCIAS DEL EGRESADO DE LA CARRERA DE TURISMO QUE REQUIEREN LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE ICA", tuvo como objetivo conocer el perfil basado en competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica, sus debilidades y fortalezas.

En el desarrollo de la tesis se empleó el diseño no experimental transversal, se trabajó con una muestra de 55 agencias de las 66 registradas en la DIRCETUR Ica, para la recolección de datos se empleó un cuestionario, y para el procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico Excel.

Como resultados se determinó que los empleadores reconocen como bueno o muy bueno el desempeño de sus trabajadores en todas las competencias destacadas en la labor del trabajador de una agencia de viajes y turismo, principalmente cualidades personales (63.64%), señalaron requerir las siguientes competencias: poseer estudios formales en turismo (21.06%), dominio de idiomas (14.04%), poseer las cualidades de cordialidad / amabilidad / buen trato al cliente (12.28%), agilidad / dinamismo (10.53%), habilidades comunicacionales (8.78%), que sea comprometido / colaborador con la agencia y que se capacite (5.27%), dominio del guiado y puntualidad (3.51%), etc. Se indicaron como debilidades no atendidas debidamente por los centros de formación: dominio de idiomas (49.09%), falta de práctica en su formación (14.55%), falta de iniciativa, capacidad resolutive, no les enseñan a guiar ni atención al cliente (5.45%), también se mencionaron deficiencias en relaciones interpersonales y en la innovación de paquetes turísticos. Como fortalezas aportadas por los centros de formación: dominio de la teoría básica (34.55%), conocimientos turísticos (29.09%), prácticas de campo y que aprenden a ser colaboradores (7.27%), conocimientos sobre agencias de viajes y manejo de recursos tecnológicos (5.45%), se mencionan también: orientación adecuada a la carrera, fortalecen su desempeño y adquieren cultura general.

Respecto a las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica, al interrogar sobre si los profesionales actualmente cubren las necesidades de la agencia, el

76.36% respondió que sí totalmente, mientras que 23.64% respondieron que parcialmente.

Palabras Claves: Agencias de viajes, competencias, personal.

ABSTRACT

This thesis entitled: "PROFESSIONAL PROFILE BASED ON COMPETENCES OF THE GRADUATE IN THE CAREER OF TOURISM REQUIRED BY THE TRAVEL AGENCIES OF THE PROVINCE OF ICA", aims to know the profile based on competences of the graduate in the career of tourism that requires the travel agencies of the province of Ica, their weaknesses and strengths.

In the development of the thesis non-experimental cross-sectional design was used, it worked with a sample of 55 out of the 66 agencies registered in the DIRCETUR Ica, for the collection of news it used a questionnaire, and for the processing of the information it used the statistical program Excel.

As a result, it was determined that the employers recognized as good or better their workers performance in all the highlighted skills in the job of a travel agency and tourism worker, mainly personal qualities (63.64%), indicated that they require the following competences: to have formal studies in tourism (21.06%), knowledge of languages (14.04%), to have qualities of cordiality / kindness / good treatment to the client (12.28%), agility / dynamism (10.53%), communication skills (8.78%), commitment to the agency and training (5.27%), mastery of guidance and punctuality (3.51%), etc. The following weaknesses were not adequately addressed by the training centers: language skills (49.09%), lack of practice in their training (14.55%), lack of initiative, problem-solving capacity, they did not teach them to guide or assist the client (5.45%), they were also mentioned deficiencies in interpersonal relationships and innovation of tourism packages. As strengths provided by training centers: mastery of basic theory (34.55%), tourism knowledge (29.09%), field practices and learn to be collaborators (7.27%), knowledge about travel agencies and management of technological resources (5.45%) there were also mentioned: adequate orientation to the career, strength their performance and acquire general culture.

Regarding to the future needs of travel agencies in the province of Ica, when they were questioned whether the current professionals cover the needs of the agency, 76.36% answered yes, while 23.64% answered partially.

Key Words: Travel agencies, competences, personnel.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación plasma una inquietud propia de quien, como egresada a punto de incorporarse al mercado laboral, tenía el deseo de conocer las expectativas y necesidades del empresariado local, particularmente en el caso de las agencias de viajes respecto a la formación que reciben quienes optaron por esta salida profesional a fin de mejorar su desempeño y contribuir a su productividad de manera efectiva.

La Universidad Alas Peruanas, a través de su escuela profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, tiene una notable presencia en la sociedad iqueña y se ha ido ganando a pulso el respeto y confianza de los empresarios iqueños gracias al destacado desempeño de sus primeros egresados, quienes ya se han integrado con éxito en diversas empresas regionales y nacionales. Sin embargo, no existía un estudio que analice el proceso de colocación de estos nuevos profesionales, las dificultades a las que se han enfrentado y que podrían ser un indicador para ampliar, actualizar o diversificar su formación, la misma que, siguiendo las pautas de la educación actual, está basada en competencias.

Conocer la opinión de los administradores de Agencias de Viajes y Turismo que abren o podrían abrir sus puertas a los profesionales egresados de esta casa de estudio en la mencionada carrera, resulta también fundamental para conocer los aspectos que requieren ser enfatizados en los programas formativos, otorgando la posibilidad documentada de ofrecer a nuestras autoridades una guía para actualizar y mejorar la currícula vigente.

La finalidad de este estudio no pretendía analizar las competencias como tales, pues debemos reconocer que su análisis cae en el campo de la especialidad de educación, no obstante, era necesario conocer si las competencias que trabaja y evalúa esta escuela profesional para alcanzar el perfil profesional esperado, son adecuadamente interiorizadas y desarrolladas por los egresados, logrando alcanzar verdaderamente los objetivos que las Agencias de Viajes proponen.

La investigación se realizó en todas las Agencias de viajes actualmente operativas en la provincia de Ica que a la fecha, según la DIRCETUR, ascienden a 66, de las cuales, por

diversas circunstancias, 11 no participaron. El instrumento se aplicó, contaran o no en su planilla con egresados o alumnos de nuestra casa de estudios. La investigación utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta e hizo uso del programa informático Excel para organizar los datos y prepararlos para su interpretación.

El resultado de la investigación realizada se plasma en el presente trabajo, dividido en 4 capítulos, el primero de ellos muestra el planteamiento del problema y su justificación, el segundo presenta el marco teórico considerado, el tercero muestra la metodología seguida en este estudio y el cuarto, finalmente, muestra los resultados alcanzados y las conclusiones, con los cuales se espera realizar una contribución efectiva.

La Autora

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Es aceptado por todos los actores involucrados en el desarrollo social y económico actuales, que el aspecto que determina el desarrollo de las sociedades es la educación. Las universidades juegan, en este marco, un papel fundamental, siendo el crisol en el cual estudiantes y docentes, de la mano de los trabajadores administrativos y sus autoridades, fraguan nuevos conocimientos que van a propiciar los nuevos avances tecnológicos, van a ir resolviendo los problemas propios de nuestros tiempos, van a ir desterrando conocimientos ya desfasados y adoptando prácticas más avanzadas, proyectando estos conocimientos finalmente en la sociedad que los ampara.

Es ésta sociedad, finalmente, la que determinará si el egresado, a su paso por las aulas universitarias, ha convertido las asignaturas trabajadas en clase, en herramientas capaces de solucionar los problemas prácticos que la realidad le va a imponer.

Las empresas modernas, que tras inestimables esfuerzos por parte de sus fundadores que se animan a emprender empresa en nuestra patria, se ven enfrentadas (además de los problemas propios de la burocracia, inseguridad y otros), a una dificultad singular: la de hallar personal profesional calificado y que a la vez sea apto para enfrentar los retos prácticos del trabajo en turismo.

Hallamos en el Manual Práctico para la creación y estructuración de Productos Turísticos del Programa de mejora de la Competitividad de los destinos Turísticos Estratégicos: “En los modernos entornos organizacionales del sector turismo se considera que siendo una actividad altamente "humanizada" (más que mecanizada), el individuo que está en contacto con el turista es el principal generador del valor diferencial. Es por tanto, fundamental centrar la

atención en la correcta selección y estrategia de desarrollo del recurso humano. Es importante investigar sobre los requerimientos laborales que debe cumplir o delegar esta actividad en profesionales expertos, ya que constituye un factor organizacional clave”. (Ministerio del Turismo y Deporte - Uruguay P. 63).

Siendo misión de la Universidad Alas Peruanas: “Formar hombres buenos y sabios que respondan a las innovaciones que se desarrollan en nuestro país, con la participación creativa de todos los estamentos que la conforman”, es destacable que se incluya en ella, una referencia a la capacidad de respuesta de los egresados, frente a las innovaciones que nos esperan.

Era claro entonces, lo importante que resultaba conocer, en qué medida, los egresados de esta institución cubren las expectativas del mercado laboral que desde hace ya algunos años vienen captando a estos nuevos profesionales y determinar también, cuáles eran las áreas que merecían ser atendidas o potenciadas en respuesta a las necesidades de las empresas.

Es esta la razón por la cual se realizó el presente estudio que pretendía explorar el mundo laboral en el que se desenvuelven los egresados de la escuela profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía (en adelante: THG), para conocer cuáles son las competencias que más valoran, buscan y requieren los empresarios turísticos de la provincia. Era además vital, conocer la percepción que se han formado acerca de la formación que han recibido sus trabajadores, para finalmente indagar cuáles son las áreas formativas en las cuales los egresados destacan y cuales se deben enfatizar o mejorar.

El conocimiento de estos aspectos permitirá a la institución formativa orientar mejor sus esfuerzos para cumplir el objetivo de brindar al alumno una formación válida para los retos que le esperan en su vida laboral, a la vez, propiciará que los empresarios obtengan de los futuros egresados, precisamente las habilidades y conocimientos que requieren, aumentando las posibilidades de contratación y permanencia en sus instalaciones de los profesionales egresados de la escuela de THG de la mencionada universidad.

1.1.1. Delimitación de la Investigación

Delimitación Temporal

La investigación comenzó planteando el proyecto de Investigación en el mes de agosto, el levantamiento de datos se realizó en el mes de setiembre y la entrega del informe final se realizó en el mes de octubre del año 2016.

Delimitación Geográfica

Dadas las características del tema, se realizó esta investigación acudiendo a empresas geográficamente ubicadas en la provincia de Ica.

Delimitación Social

Esta investigación involucró a los administradores o representantes de las agencias de viajes debidamente constituidas y registradas de la provincia de Ica.

1.2. Formulación del Problema de Investigación

Tras analizar el problema, el mismo se formuló mediante la siguiente pregunta:

1.2.1. Problema principal

¿Cuál será el perfil basado en competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica?

1.2.2. Problemas secundarios

PE1. ¿Cuáles serán las fortalezas y debilidades en la formación, recibida por los mencionados egresados según percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica con independencia de la institución de la que proceden?

PE2. ¿Cuáles serán las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica respecto al perfil del egresado de la carrera profesional de turismo?

1.3. Objetivos de la investigación

Los objetivos perseguidos por la investigación fueron:

1.3.1. Objetivo general

Conocer el perfil basado en competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica.

1.3.2. Objetivos específicos

OE1. Determinar cuáles son las fortalezas y debilidades en la formación recibida por los egresados de la carrera profesional de turismo según percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica con independencia de la institución de la que proceden.

OE2. Conocer las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica respecto al perfil del egresado de la carrera profesional de turismo.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

1.4.1. Justificación Legal

- Constitución Política del Perú

Al analizar la Carta Magna vigente en el Perú, respecto a la formación profesional, en su Capítulo II: De los Derechos Sociales y Económicos, en su Artículo 14°, dice: “La educación promueve el conocimiento, el aprendizaje y la práctica de las humanidades, la ciencia, la técnica, las artes, la educación física y el deporte. Prepara para la vida y el trabajo, y fomenta la solidaridad. Es deber del Estado promover el desarrollo científico y tecnológico del país”. En el artículo 18, tenemos: “La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica”

- Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014.

Capítulo I: Disposiciones Generales.

Artículo 6. Fines de la universidad.

6.2. Formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de responsabilidad social de acuerdo a las necesidades del país.

Capítulo V: Organización Académica.

Artículo 40. Diseño curricular: Cada universidad determina el diseño curricular de cada especialidad, en los niveles de enseñanza respectivos, de acuerdo a las

necesidades nacionales y regionales que contribuyan al desarrollo del país. Todas las carreras en la etapa de pregrado se pueden diseñar, según módulos de competencia profesional, de manera tal que a la conclusión de los estudios de dichos módulos permita obtener un certificado, para facilitar la incorporación al mercado laboral. Para la obtención de dicho certificado, el estudiante debe elaborar y sustentar un proyecto que demuestre la competencia alcanzada. Cada universidad determina en la estructura curricular el nivel de estudios de pregrado, la pertinencia y duración de las prácticas pre-profesionales, de acuerdo a sus especialidades. El currículo se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos.

Capítulo X: Graduados.

Artículo 105. Graduados.

Son graduados quienes han culminado sus estudios en una universidad y reciben el grado correspondiente de dicha universidad, cumplidos los requisitos académicos exigibles. Forman parte de la comunidad universitaria.

Artículo 109. Calidad del ejercicio profesional.

La universidad y los colegios profesionales deben mantener una actitud vigilante en cuanto a la calidad del ejercicio profesional de sus afiliados, y deben establecer mecanismos orientados a supervisar y promover el ejercicio eficiente de su profesión. (Ley N° 30220, 2014).

- Reglamento General de la Universidad Alas Peruanas. Aprobado con Resolución Rectoral N°7800 – UAP.

Capítulo I

Artículo 3°

La UAP se dedica al estudio, la investigación científica y tecnológica, la producción y difusión cultural y humanista; así como la formación de profesionales y académicos altamente especializados, que respondan a los requerimientos del país.

Artículo 7°

Son objetivos de la UAP:

- d. Diseñar y desarrollar carreras y currículos acordes con el desarrollo del conocimiento humano y con las necesidades y expectativas humanas y sociales en los entornos locales, regionales y nacionales.
- f. Facilitar oportunidades para el desarrollo de competencias profesionales científicas y tecnológicas de calidad académica evidenciales de acuerdo a la investigación constante de las necesidades y expectativas del país.
- i. Impulsar, por medio de la proyección y extensión de capacidades y competencias, el desarrollo integral de la sociedad y sus entornos.

Artículo 18º:

De la actividad académica de las Escuelas Académico Profesionales.

2. El Director de la Escuela Académico Profesional es responsable del seguimiento de los egresados y de los requisitos para la selección de los ingresantes de modo que se ofrezcan posibilidades de actualización y perfeccionamiento permanentemente y se institucionalicen relaciones interinstitucionales con los niveles educativos inferiores y la sociedad en general, así como con todo organismo académico de la Universidad a nivel de todo el país.

Capítulo III: De los Graduados.

Artículo 129º: Condición del Graduado en la UAP.

Son egresados aquellos estudiantes que hayan culminado satisfactoriamente sus estudios profesionales. Cuando el estudiante recibe el grado académico de bachiller en su especialidad, este se transforma en graduado de la UAP.

Artículo 132º: Del seguimiento de los Graduados en la UAP.

1. La Universidad por intermedio de las Facultades y sus respectivas Escuelas Académico Profesionales, incentivarán a todos sus egresados para sentar las bases que permitan efectuar su seguimiento en el campo laboral nacional y/o internacional en el que se esté desempeñando.

- CLASIFICADOR DE CARRERAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR Y TÉCNICO PRODUCTIVAS (VERSIÓN 1)
CLASIFICADOR DE CARRERAS UNIVERSITARIAS

VI. Carreras Universitarias

Campo de la educación

3: Ciencias Sociales, Comerciales y Derecho.

Campo específico

33: Ciencias Administrativas y Comerciales.

Campo detallado

332: Administración de Servicios Turísticos, Hotelería y Gastronomía.

Carrera y Nivel de estudio

332356: Carrera de Turismo, Hotelería y Gastronomía.

La carrera de Turismo, Hotelería y Gastronomía, desarrolla en el profesional una visión internacional y competencias para un ambiente de gran competitividad, ya que constituye un sector estratégico para el desarrollo nacional, con capacidades para la promoción y organización de empresas; sólidos conocimientos financieros de logística empresarial; gestión eficaz de personal y de sistemas de información gerencial entre otros. (INEI, 2014).

1.4.2. Justificación Teórica

Este estudio tiene la intención de llenar un vacío cognitivo con relación al real requerimiento de los administradores de Agencias de Viajes respecto al desempeño de los egresados de la escuela profesional de Turismo, hotelería y gastronomía en el campo laboral, aproximándonos a la realidad y profundizando en esta problemática poco conocida por la falta de estudios realizados al respecto hasta la fecha.

1.4.3. Justificación Práctica

La presente investigación pretende ofrecer los primeros indicadores estadísticos fidedignos respecto a las competencias laborales efectivas requeridas de los egresados de la escuela profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía que los administradores de las agencias de viajes y turismo, requieren. Esta información

permitirá hacer las modificaciones pertinentes en la currícula, los contenidos prácticos o la práctica pre-profesional a fin de brindar al egresado las herramientas adecuadas para lograr un óptimo desempeño acorde a las necesidades reales del sector.

1.4.4. Importancia del Estudio de Investigación

1.4.4.1. Importancia Turística

Este estudio contribuye de manera indirecta a perfeccionar la oferta de servicios de los profesionales de turismo, hotelería y gastronomía, generando condiciones para una atención de calidad que contribuya a elevar los niveles de satisfacción del visitante que eligió Ica como su destino.

1.4.4.2. Importancia Socio- Económica

Una investigación de esta naturaleza, contribuirá a mejorar el nivel de satisfacción del visitante, y también a elevar los índices de productividad de las agencias de viajes de la provincia de Ica que integran o dirigen los profesionales egresados de la escuela materia de estudio, y de esta manera se ofrece un aporte al desarrollo económico y social de nuestra comunidad y país.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Se procedió a realizar la indagación en las bibliotecas de los centros de estudios de Ica y no se halló ninguna investigación similar a la presente. Tras la realización de la búsqueda en internet, los antecedentes hallados son los siguientes:

2.1.1. A nivel Internacional

- **Ávila Rosas L. (2012). El desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura en Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro, en la opinión de los empleadores. Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Contaduría y Administración. México 2012.**

Investigación cuyo objetivo es conocer si el desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura de Administración de la mencionada universidad, cumple con las expectativas de sus empleadores, a fin de mejorar y consolidar la calidad educativa. Investigación de enfoque cuantitativo que utilizó la técnica de la encuesta efectuada en 60 empleadores. El trabajo concluye que los egresados objeto del estudio son satisfactoriamente aceptados, manifestándose un 70% en el nivel de excelente y bueno dentro de la escala de Likert. Sin embargo la opinión acerca de si el egresado muestra liderazgo debe ser analizada y considerada como tema de discusión ya que los resultados no son del todo favorables. En la mayoría de las empresas se encuentra una mínima representatividad de los egresados de la UAQ (20%), respecto a la presencia de egresados de otras instituciones.

- **Hernández Días M., Cuétara Sánchez L., Frías Jiménez R., Pigueira Domínguez R. (2004) Evaluación de competencias básicas de profesionales universitarios en la actividad hotelera. Centro de Estudios de Turismo, Universidad de Matanzas, Cuba. 2004.**

Esta investigación pretende identificar las principales competencias básicas y sus prioridades para aquellos puestos de trabajo localizados en el servicio hotelero. Se propone un modelo jerárquico para medir competencias básicas que se distingue por su enfoque sistémico e integrador al interrelacionar conocimientos, habilidades, actitudes en el quehacer cotidiano de los profesionales egresados de diferentes carreras. Se concluye determinando un índice global de competencia por carrera universitaria, sexo, período de graduación y general.

- **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. Universidad del Oriente, Núcleo de Nueva Esparta, Isla Margarita, Venezuela (2009).**

Estudio que analiza el desempeño laboral de los Licenciados en Turismo egresados de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Universidad de Oriente según opinión de los representantes del sector empresarial turístico privado de la Isla de Margarita, Estado Nueva Esparta. Investigación descriptiva de tipo de campo. La recolección de la información utilizó una encuesta aplicada a los representantes de dichas empresas. Los datos se organizaron según valores absolutos y porcentuales y los resultados determinaron que: El sector empleador considera a estos Licenciados en Turismo como profesionales formados para desempeñar cargos inherentes a su profesión. Su desempeño en las empresas en opinión de los encuestados, es excelente. Se determinó la deficiencia en algunas competencias, dentro de la función investigación, tales como las referidas al área económica y la de diseño de cursos de información y de concientización turística dentro de la función de formación, adiestramiento y reciclaje.

2.1.2. A nivel Nacional

- **Acuña Hernández K. y Mozombite Grández C. (2013). Propuesta del perfil profesional del recién egresado de administración de empresas basado en sus competencias genéricas y específicas que requieren hoy en día las principales empresas del departamento de Lambayeque. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Facultad de Ciencias Empresariales. Chiclayo, Perú.**

Estudio que plantea una revisión del perfil profesional de un recién Egresado de Administración de Empresas enfocado en sus competencias genéricas y específicas, tomando como referencia el proyecto Tuning de América Latina. La investigación fue realizada a partir de la aplicación de una encuesta y entrevista con los principales representantes de las empresas más representativas del departamento de Lambayeque. Como resultado se obtuvo que: las 5 principales competencias en las que mayor diferencia se encontró entre los que las empresas observan actualmente que un egresado de administración reúne y lo que buscan actualmente son: Capacidad para tomar decisiones, capacidad para identificar y administrar los riesgos de negocios de la organización, capacidad de comunicación en un segundo idioma (inglés), capacidad para interpretar la información contable y financiera, y finalmente: conocimientos sobre el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.

- **Becerra A., La Serna K. (2010). Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico – empresarial en la actualidad. Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico. Lima, Perú.**

Estudio que identifica, organiza y analiza las competencias que demanda actualmente el mercado laboral peruano de los jóvenes profesionales egresados de carreras vinculadas directamente al campo económico-empresarial. La metodología del trabajo consistió en seleccionar una muestra de empresas importantes, entrevistando a profundidad a los responsables de la selección de personal de dichas organizaciones, hasta cubrir el criterio de saturación que exige

la investigación cualitativa. Entre las principales conclusiones de dicho proceso, se destaca que todas las empresas de la muestra acuden al enfoque de competencias para sus procesos de selección. Las competencias más demandadas incluyen las habilidades para sostener relaciones interpersonales, trabajar en equipo y orientarse al cliente. Las empresas requieren personal analítico, proactivo, orientado a resultados y con capacidad para adaptarse a los cambios. Entre las debilidades de los recién egresados, que no son atendidas de modo pertinente por las universidades, se enfatizaron las dificultades relacionadas al desarrollo adecuado de la inteligencia emocional; incapacidad para integrarse al grupo de trabajo y a las políticas de la empresa; falta de proactividad y orientación a la acción; escaso compromiso y poco sentido del proceso. También fueron deficitarias las capacidades analíticas y de solución de problemas, el cuidado en el detalle y las habilidades comunicativas. Finalmente, reconocieron carencias en el dominio del idioma inglés y del programa Excel en un nivel avanzado.

- **Olivera Aravena J. (2012). El perfil de competencias del administrador de empresas peruano, desde una perspectiva de mercado laboral. Universidad de Piura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Programa Académico de Administración de Empresas.**

El objetivo de este trabajo es conocer cuáles son las competencias que debe tener el administrador de empresas peruano, para desempeñar con éxito su labor. La recolecta de datos se realizó mediante una encuesta a egresados, docentes y empresas. El tipo de análisis estadístico empleado fue el descriptivo y los datos se procesaron con el programa IBM SPSS Statistics 19.0. Como resultados se halló que las competencias que se encuentran por encima del promedio de la importancia percibida por las empresas, en orden, son: Apertura al cambio, compromiso, autocontrol, clara comunicación oral, pro-actividad, organización, conocimientos de administración, iniciativa, actitud abierta, consulta, clara comunicación escrita, energía, cordialidad, capacidad de análisis y dominio de los programas de informática. Las competencias que se colocaron por debajo del promedio son: Dominio del idioma inglés, resiliencia, conocimientos de marketing,

conocimientos de finanzas, creatividad, conocimientos de recursos humanos, orientación a la responsabilidad social, conocimientos de economía, conocimientos de contabilidad, conocimientos de derecho empresarial y conocimientos de sistemas de información. Se tiende a priorizar las actitudes, que son las que justamente ocupan los primeros puestos de entre las competencias más importantes.

2.1.3. A nivel Regional

No se hallaron referentes para este estudio.

2.2. Bases Teóricas

Desde que aparecieron las universidades en 1088, fueron concebidas y funcionaron como centros de creación, perfeccionamiento y transmisión del conocimiento. El fundamento de su trabajo era transmitir al hombre los conocimientos de la sabiduría ancestral y los más notables y modernos adelantos según su época, a fin de que sean aplicados en los diferentes ámbitos laborales. Esta tarea, continúa hoy, en los albores del siglo XXI, y dado el rol que desempeñan en nuestra sociedad, son las instituciones más adecuadas para brindar una contribución efectiva en el desarrollo de nuestro país. Se pasará a analizar los aspectos más relevantes de la formación y profesionalización del alumno egresado de la especialidad materia de estudio.

2.2.1. LAS COMPETENCIAS LABORALES

2.2.1.1. Etimología del término “competencia”

Tanja Weigel et al. (2007), citado en Becerra A. y La Serna K. (2010), ubican las raíces del concepto en la época de la Grecia Clásica y señalan que el equivalente de la palabra competencia en el antiguo griego es “ikanótis” (ικανότης). La misma que se traduce como la cualidad de ser “ikanos” (capaz), tener la habilidad de conseguir algo, destreza. Asimismo, mencionan que para nombrar capacidad o competencia profesional/vocacional, se usa el término griego “epangelmatikes ikanotita”.

Becerra A. y La Serna K. (2010), también ofrecen el análisis de Walter Peñaloza (2000), quien indica que las palabras “competente” y “competencia” provienen, respectivamente, del latín “competens”, concebido como el ser capaz, y “competentia”, entendido como la capacidad y la permisión. A su vez, estos vocablos se habrían formado de los términos “cum” y “peto”. El primero significa “con”; mientras que el segundo correspondería al infinitivo de “petere”, cuyo significado es “ir” y “atacar”. De este modo, “cumpetere” quiere decir, por un lado, “ir con”, “ir a la par con otro” o “ser adecuado a algo”; pero también puede entenderse como “luchar con” o “atacar a otro”.

El origen práctico del término competencia proviene de dos campos: lingüístico y laboral. En el campo lingüístico su origen se le debe a Chomsky, quien en 1964 construyó el concepto “competencia lingüística”, con el cual buscaba no sólo dar identidad a un conjunto de saberes, sino también sentar las bases sobre los procesos en los que se podría sustentar el futuro de sus líneas de estudio de esa disciplina. A partir de esta formulación chomskiana se empezó a generalizar el empleo del término competencia, aplicado a diversos ámbitos o campos, como por ejemplo: competencia ideológica (1970), competencia comunicativa (1972), competencia enciclopédica (1981), competencia discursiva (1982).

En el campo laboral, el concepto de competencia empezó a ser utilizado por el psicólogo David McClelland en los años 70 (Universidad de Harvard), enfocado a identificar las variables que permitieran explicar el desempeño en el trabajo. Un primer hallazgo lo constituyó la demostración de la insuficiencia de los tradicionales tests y pruebas para predecir el éxito en el desempeño laboral.

McClelland logró confeccionar un marco de características que diferenciaban los distintos niveles de rendimiento de las personas trabajadoras. Los factores descritos por McClelland se centraron principalmente en las características y comportamientos de quienes desempeñaban los empleos, más que en las tradicionales descripciones de tareas y atributos de los puestos de trabajo. (OIT, Red IFP, 2014 pp. 08).

Cada competencia viene a ser un aprendizaje complejo que integra las siguientes dimensiones:

- Saber: Aprendizajes teóricos que servirán de base para la elaboración de conceptos cada vez más complejos como producto del proceso constructivo del aprendizaje. Éste es el llamado componente conceptual de la competencia.
- Saber hacer: Dominio de procesos y tecnologías —como participar en grupo, investigar, realizar experimentos, resolver problemas, operar, comunicar en forma oral o escrita—; interiorización de formas de llegar al conocimiento. Se trata del componente procedimental.
- Ser: Desarrollo de actitudes y valores más directamente vinculados al comportamiento social y al desarrollo ético. Se refiere al respeto por sí mismo, a la autoestima y a la capacidad de valorar a las personas, la naturaleza, hechos y situaciones vinculadas a la vida. Es el componente actitudinal de la competencia (MINEDU, 2001).

2.2.1.2. Conceptualización de competencia laboral

- Del latín: *competentia*; cf. *competir*. 1. Disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo. 2. Oposición o rivalidad entre dos o más personas que aspiran a obtener la misma cosa. 3. Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio. 4. Persona o grupo rival. Se ha pasado a la competencia. 5. Competición deportiva. (RAE. 2014).
- Capacidad de articular y movilizar condiciones intelectuales y emocionales en términos de conocimientos, habilidades, actitudes y prácticas, necesarias para el desempeño de una determinada función o actividad, de manera eficiente, eficaz y creativa, conforme a la naturaleza del trabajo. Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño real y demostrando en determinado contexto de trabajo y que no resulta solo de la instrucción, sino, de la experiencia en situaciones concretas de ejercicio ocupacional. (OITa, Pp. 10).

- Las competencias laborales pueden ser definidas como un conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, de acuerdo a los estándares históricos y tecnológicos vigentes. Las capacidades que permiten desempeños satisfactorios se forman a partir del desarrollo de un pensamiento científico-técnico reflexivo, de la posibilidad de construir marcos referenciales de acción aplicables a la toma de decisiones que exigen los contextos profesionales, de desarrollar y asumir actitudes, habilidades y valores compatibles con las decisiones que se deben tomar y con los procesos sobre los cuales se debe actuar responsablemente. La competencia no se refiere a un desempeño puntual. Es la capacidad de movilizar conocimientos y técnicas y de reflexionar sobre la acción. Es también la capacidad de construir esquemas referenciales de acción o modelos de actuación que faciliten las acciones de diagnóstico o de resolución de problemas productivos no previstos o no prescriptos. (Catalano A. y otros, 2004, pp 40).
- Marelli (2000) define: "La competencia es una capacidad laboral, medible, necesaria para realizar un trabajo eficazmente, es decir, para producir los resultados deseados por la organización. Está conformada por conocimientos, habilidades, destrezas y comportamientos que los trabajadores deben demostrar para que la organización alcance sus metas y objetivos". Y agrega que son: "capacidades humanas, susceptibles de ser medidas, que se necesitan para satisfacer con eficacia los niveles de rendimiento exigidos en el trabajo". (Marelli A. 2000. Tomado de San Martín A. 2012).
- Conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para el desempeño de una función productiva. Puede ser definida y medida en términos de desempeños en un determinado contexto laboral. Refleja el saber, el saber hacer y el saber ser. Dentro de las características que se le atribuyen a las competencias están las siguientes:

- Son permanentes en las personas.
 - Se ponen de manifiesto cuando se ejecuta una función o trabajo.
 - Están relacionadas con la ejecución exitosa de una actividad.
 - Pueden ser generalizadas a más de una actividad.
 - Tienen una relación causal con el rendimiento laboral, se asume que son la causa del éxito laboral.
 - Combinan lo cognitivo, lo afectivo y lo psicomotor. (OIT, Red IFP, 2014 pp. 11).
- Vargas (2001) destaca que las competencias:
 - Son características permanentes de las personas.
 - Se ponen de manifiesto cuando se ejecuta una tarea o un trabajo.
 - Están relacionadas con la ejecución exitosa de una actividad.
 - Tienen una relación causal con el rendimiento laboral, ya que no están asociadas con el éxito sino que, se asume que realmente lo causa.
 - Pueden ser generalizadas a más de una actividad.
 - Combinan lo cognoscitivo con lo afectivo y lo conductual.

2.2.1.3. Clases de competencias

Según la OIT, en su texto: “Metodologías para la elaboración de Normas Técnicas, Diseños curriculares y evaluaciones por competencias laborales”, se menciona que: “El esquema general de competencias incluirá, por lo menos, tres tipos.

- Competencias básicas: Son los comportamientos elementales que deberán mostrar las personas trabajadoras. Están asociados a conocimientos de índole formativa; tales como la lectura, la redacción, las matemáticas y la comunicación oral. Por ejemplo, el leer bien es una destreza básica que se requiere en muchas de las ocupaciones, pues ella permite entender e interpretar diagramas, directorios, manuales y tablas gráficas, entre otros.

- Competencias transversales o genéricas: Son los comportamientos asociados a desempeños comunes de diversas organizaciones y ramas de actividad productiva; como:
 - Gestión de recursos: tiempo, dinero, materiales y distribución, personal.
 - Relaciones interpersonales: trabajo en equipo, enseñar a otras personas, servicio a la clientela, desplegar liderazgo, negociar y trabajar con personas diversas.
 - Gestión de información: buscar y evaluar información, organizar y mantener sistemas de información, interpretar y comunicar, usar computadoras.
 - Comprensión sistémica: comprender interrelaciones complejas, entender sistemas, monitorear y corregir desempeño, mejorar o diseñar sistemas.
 - Dominio tecnológico: seleccionar tecnologías, aplicar tecnologías en la tarea, dar mantenimiento y reparar equipos.
 - Medio ambiente: gestión integral de residuos, consumo responsable de recursos, responsabilidad ambiental y actitud de mejora continua en torno al ambiente; considerando la normativa nacional e internacional vigente para conservación y preservación del ambiente.
 - Salud ocupacional: identificar, evaluar y controlar los riesgos originados en el trabajo, con el objetivo de evitar las pérdidas en términos de lesiones, daños a la propiedad, materiales y medio ambiente de trabajo; considerando la normativa nacional e internacional vigente para la salud ocupacional.
 - Sensibilidad al género: detectar y actuar ante situaciones de discriminación, violencia e inequidad por razón de sexo, tanto a nivel personal, en las relaciones interpersonales como en ambientes laborales o de aprendizaje; incluye además la forma de vincularse, las personas con el medio ambiente. Aplicar este

enfoque en la formación profesional conlleva a reconocer que las competencias no tienen sexo, por lo que pueden ser alcanzadas por cualquier persona.

- Competencias técnicas o específicas: Son aquellos conocimientos, habilidades y destrezas asociadas a desempeños de índole técnico. (OIT, Red IFP, 2014 pp. 11).

Tobón (2006) manifiesta que conviene reconocer que los conocimientos, las actitudes y las destrezas/acciones no aparecen como componentes separados, una característica del currículo tradicional, sino como elementos integrados en el desempeño, por lo cual es necesario que se dé todo tipo de actuación con calidad e idoneidad, pues no son suficientes los conocimientos para resolver problemas contextualizados si no se dispone de la motivación para hacerlo y si no se poseen las capacidades y procedimientos para la actuación. Además se reconoce que se requieren de mecanismos para que los profesionales puedan certificar sus competencias mediante evaluaciones objetivas a través de asociaciones de profesionales o entidades creadas para tal fin. De este modo, las universidades tienen como reto promover las evaluaciones y certificaciones externas de competencias como una forma de contribuir a la acreditación de los logros del proceso de aprendizaje. Los profesionales, a su vez, tienen el reto de asumir la certificación de sus competencias como posibilidades de ubicación laboral y no tanto como limitaciones a su ejercicio profesional. Por lo que, se ha propuesto que toda competencia se define por la articulación de cinco elementos: el requerimiento de realizar una actividad, la disposición afectivo-motivacional para realizarla, el procesamiento de la información, la actuación y los criterios de idoneidad. Los conceptos se describen de la siguiente manera, siempre, según Tobón (2006):

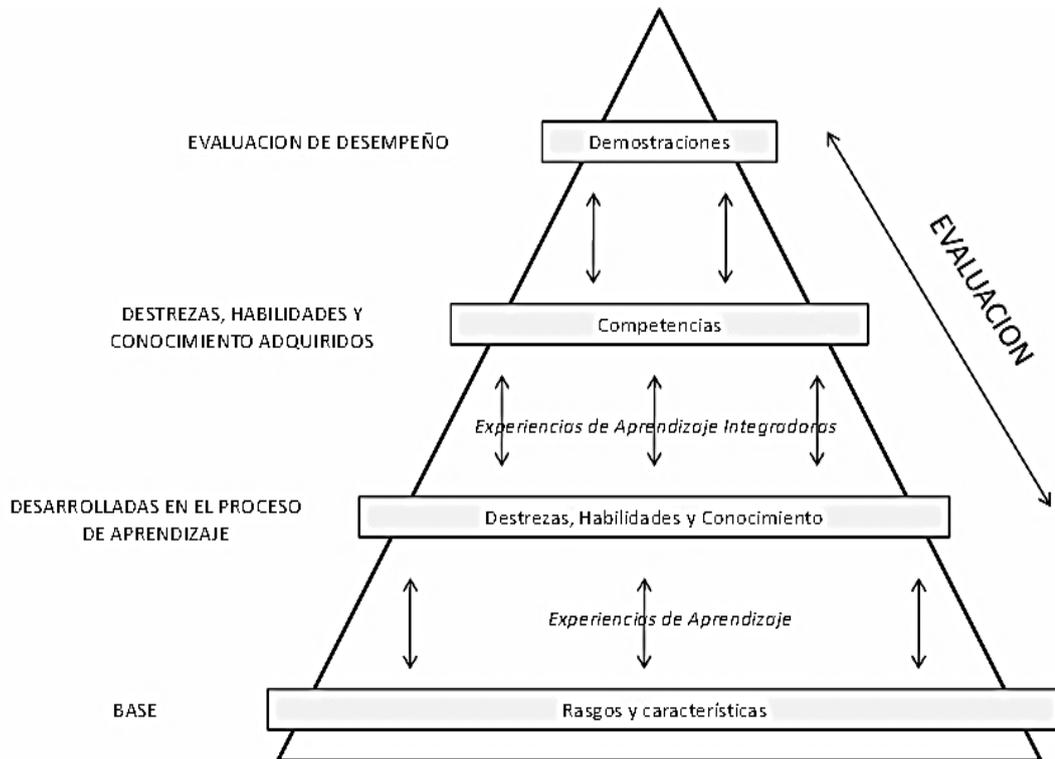
- Actividad: Conjunto de acciones con un inicio y un final que se dan de forma concatenada para obtener un resultado (producto tangible o intangible).

- Actitud: Es la disposición afectivo-motivacional que tiene la persona para realizar la actividad con eficiencia, eficacia y efectividad. Corresponde al plano del saber ser.
- Conocimiento: Consiste en poseer los conocimientos específicos y los conceptos esenciales para comprender la actividad y realizarla, junto con el procesamiento cognitivo de la información (búsqueda, sistematización, análisis, modificación y empleo). Este ámbito está en el plano del saber conocer.
- Capacidades-procedimientos: Son las destrezas y habilidades requeridas para realizar la actividad con apoyo de los conocimientos y las actitudes.
- Actuación idónea: Es la ejecución de acciones encaminadas a realizar la actividad y obtener los productos esperados, mediante la puesta en acción de las capacidades-procedimientos, los conocimientos y las actitudes, teniendo como referencia criterios de excelencia y de trabajo bien hecho construidos colectivamente o aceptados en el entorno social inmediato.

2.2.1.4. Las competencias universitarias y el aprendizaje

El modelo de formación por competencias, donde se concibe a éstas últimas como procesos de actuación frente a actividades y problemas de un determinado contexto, que integran actitudes, conocimientos y capacidades, y se basan en la excelencia en lo que se hace y en criterios de idoneidad establecidos de forma pública (Tobón 2006).

ILUSTRACIÓN N° 01
CONCEPCIÓN DE COMPETENCIAS



Fuente: Departamento de educación de Estados Unidos 2001 (tomado de CINDA 2008).

Este gráfico trata de diferenciar la terminología referente a competencias. Cada peldaño influye a los que están arriba o debajo de él. El primer peldaño de esta pirámide incluye rasgos y características. Estos constituyen la base para el aprendizaje y representan la conformación innata de los individuos sobre la cual se pueden construir otras experiencias. (CINDA, 2008).

Respecto a la formación por competencias y su contribución al aprendizaje, CINDA (2008), en su texto "Diseño curricular basado en competencias y aseguramiento de la calidad en la educación superior", propone lo siguiente: "En un medio ambiente de aprendizaje convencional es el profesor quien organiza, estructura y presenta los contenidos en clases

formales, durante estas clases formales los estudiantes escuchan a los profesores y no se involucran directamente en torno a estructurar nuevos conocimientos para transferirlos a casos reales. Los que apoyan los medio ambientes convencionales señalan que los estudiantes aprenden más contenidos de esta forma que en medio ambientes activos porque el profesor que domina la materia conoce mejor lo que los estudiantes tienen que aprender y cómo lo deben aprender. De acuerdo a esta percepción, los titulados de un modo convencional tendrían más conocimiento teórico que los titulados en un medio de aprendizaje activo.

Sin embargo, la evidencia muestra que el modo como los estudiantes estructuran y organizan su conocimiento a través de la resolución de problemas y el estudio de casos, resulta en una mejor retención y comprensión de las disciplinas y, debido a que cuentan con la experiencia de aplicar conocimiento teórico para resolver problemas y casos, los estudiantes están mejor capacitados para aplicar este conocimiento en la práctica. Además los titulados en este modo de aprendizaje adquieren más competencias genéricas y reflexivas (habilidades de discusión, búsqueda de información y trabajo independiente), pues no solo estudian solos, sino que también trabajan y resuelven problemas en grupos pequeños.

Ejemplos de medio ambientes de aprendizaje activos: aprendizaje basado en problemas y aprendizaje basado en proyectos. En ambos tipos de educación, los estudiantes obtienen experiencia concreta con el aprendizaje independiente, con el trabajo grupal y la aproximación sistemática a los problemas. En este tipo de aprendizaje, los estudiantes son capaces de observar y reflexionar con los demás y son capaces de llevar la teoría a la práctica; una característica importante del aprendizaje y de los proyectos basados en problemas es que los estudiantes aprenden a aplicar el conocimiento teórico a problemas auténticos o a casos reales. En esa perspectiva, los profesores debieran ofrecer a los estudiantes un ambiente propicio para el aprendizaje, en que el conocimiento sea aplicado en contextos de situaciones reales de la práctica concreta o realistas vía

simulación. Del mismo modo, es recomendable la inmersión temprana en el mundo laboral para preparar a los estudiantes en el complejo mundo del desempeño laboral, capacitándolos para comprender mejor las situaciones impredecibles y conflictivas del trabajo”.

2.2.1.5. Las competencias laborales en el ámbito profesional

DESAFÍOS A LA FORMACIÓN PROFESIONAL QUE PLANTEAN LAS COMPETENCIAS LABORALES

A diferencia de la orientación tradicionalmente academicista que pueden tener muchos programas formativos, los programas de formación basados en competencia deben caracterizarse al menos por:

- Enfocar el desempeño laboral y no los contenidos de los cursos.
- Mejorar la relevancia de lo que se aprende.
- Evitar la fragmentación tradicional de programas academicistas.
- Facilitar la integración de contenidos aplicables al trabajo.
- Generar aprendizajes aplicables a situaciones complejas.
- Favorecer la autonomía de los individuos.
- Transformar el papel de los docentes hacia una concepción de facilitar y provocar el aprendizaje.

EVALUACIÓN POR COMPETENCIAS

La evaluación por competencias no es un conjunto de exámenes; es la base para la certificación de competencia y se lleva a cabo como un proceso para acopiar evidencias de desempeño y conocimiento de un individuo en relación con una norma de competencia laboral.

Algunas características de la evaluación por competencias son:

- Está fundamentada en estándares que describen el nivel esperado de competencia laboral.
- Los estándares incluyen criterios que detallan lo que se considera un trabajo bien hecho.
- La evaluación es individual, no compara trabajadores entre sí.

- Configura un juicio para el trabajador evaluado: competente o aún no competente.
- Se realiza preferentemente, en situaciones reales de trabajo.
- No se ciñe a un tiempo predeterminado para su realización; es más bien un proceso que un momento.
- No está sujeta a la terminación de una acción específica de capacitación.
- Incluye el reconocimiento de competencias adquiridas como resultado de la experiencia laboral. Esta característica se ha desarrollado en algunos países como el “reconocimiento de aprendizajes previos”.
- Es una herramienta para la orientación del aprendizaje posterior del trabajador; como tal tiene un importante rol en el desarrollo de las habilidades y capacidades de los evaluados.
- Es la base para la certificación de la competencia laboral del trabajador.

CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

Es el reconocimiento público, documentado, formal y temporal de la capacidad laboral demostrada por un trabajador, efectuado con base en la evaluación de sus competencias en relación con una norma y sin estar necesariamente sujeto a la culminación de un proceso educativo.

La certificación es la culminación del proceso de reconocimiento formal de las competencias de los trabajadores; implica la expedición por parte de una institución autorizada, de una acreditación acerca de la competencia poseída por el trabajador. Normalmente la certificación se otorga como un reconocimiento a la culminación de un proceso de formación, basada en el tiempo de capacitación y práctica, así como en los contenidos evaluados. Ello no necesariamente asegura que se esté haciendo una evaluación de competencias.

2.2.2. PERFIL PROFESIONAL POR COMPETENCIAS

2.2.2.1. Problemática de la formación profesional en turismo en el Perú

Según estudio realizado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2015) existe una “escasez de empleados, ya que más de un tercio de los empresarios encuestados han tenido dificultades para reclutar directivos calificados, y más del 40% han tenido dificultades para reclutar personal capacitado o parcialmente capacitado”, si consideramos que este estudio fue realizado en México y dada su trayectoria como potencia turística, es comprensible que la situación al respecto en nuestro país sea también crítica.

Según el estudio de Regalado Pezúa, O. & Oré, C. (2009) “En el caso del sector turismo en el Perú, en todas las entrevistas se observa que gran parte del alumnado no cumple con los requerimientos del mercado laboral, debido a que no tiene los conocimientos académicos suficientes, como por ejemplo, con respecto a los manejos de costos, conocimientos empresariales y de gerencia; en otros casos, les falta conocimientos complementarios y experiencia, por ejemplo falta saber o perfeccionar el uso del idioma inglés u otros idiomas; mientras que en otros casos, las carencias pueden ocurrir por motivos personales.

En el campo académico, el mercado laboral requiere profesionales con capacidad de planificación y de gestión por un lado, pero por el otro, también se requiere profesionales con sensibilidad social, con conocimientos básicos sobre ciencias sociales, patrimonio, culturas, áreas naturales, entre otras necesidades. Además, un egresado “ideal” debe poseer los conocimientos técnicos acerca de ciertos procedimientos que se deben realizar en su justificación”.

Otro estudio que nos aproxima a nuestra realidad es la Encuesta sobre la calificación de los trabajadores y sus competencias laborales en el sector turismo (MTPE, 2006), estudio en el cual se revela la dificultad que atraviesan las empresas turísticas para encontrar personal calificado: “En el sector turismo, el 30,4% de las empresas presentan dificultades para cubrir un puesto de trabajo; porcentaje que se incrementa en las agencias de viajes y

organizaciones de viajes, de asistencia a turistas: el 51,2% de ellas tiene dificultad para cubrir su demanda de personal. Las principales causas de esta dificultad son: las tareas muy especializadas, las entidades (educativas) no forman al personal en lo que se requiere y para algunas empresas no es posible pagar el precio del mercado”.

2.2.2.2. Análisis del Perfil profesional

Según Frida Díaz Barriga (1996): Es la determinación de las acciones generales y específicas que desarrolla un profesional en las áreas o campos de acción emanadas de la realidad social y de la propia disciplina tendiente a la solución de las necesidades sociales previamente advertidas.

Otras definiciones nos dicen que es el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y aptitudes que deben reunirse para el ejercicio de una profesión. Este perfil está compuesto por el conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión. Un perfil del egresado debe contener como mínimo los siguientes componentes:

- a. Especificación de las áreas generales de conocimiento en las cuales deberá adquirir dominio profesional.
- b. Descripción de las tareas, actividades, acciones, etc., que deberá realizar en dichas áreas.
- c. La delimitación de valores y actitudes adquiridas necesarias para el buen desempeño profesional.
- d. El listado de las habilidades que tiene que desarrollar.

Cabe resaltar la diferencia entre el Perfil Básico, que incluye la formación básica en habilidades, actitudes y conocimientos en ciencias básicas necesarios para abordar los contenidos propios de las licenciaturas, y el Perfil Específico que es el conjunto de competencias (tareas o actividades profesionales) que debe ejecutar el Profesional para solucionar los problemas básicos relativos a sus campos de actuación. Este perfil se formula a partir de la determinación de cuatro campos:

- Campo Personal – Individual.
- Campo Profesional.
- Campo Social.
- Campo de Proyección y perspectiva profesional.

Un perfil bien definido debe tener la suficiente claridad y precisión para que pueda evidenciar cómo será el egresado por lo que los elementos que lo caracterizan pueden resumirse en:

- Especificar las áreas del conocimiento en las cuales deberá adquirir dominio. Descripción de las tareas, actividades, acciones que deberá realizar en dichas áreas.
- Delimitación de valores y actitudes a adquirir, necesarias para el buen desempeño. Análisis de la población que recibirá las esferas de labor.
- Especificación de las habilidades que debe desarrollar desde el punto de vista teórico y práctico y que, permitirá su desempeño.

(Díaz Barriga F. et Al., 1990).

2.2.2.3. Perfil profesional del licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía

Según la presentación ofrecida, el perfil que se plantea obtener en el profesional egresado de nuestra escuela profesional es el siguiente:

El Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas es un profesional competente y capacitado para:

- Crear y gestionar empresas de la actividad turística, hotelera y gastronómica en los ámbitos público y privado.
- Elaborar inventarios turísticos nacionales sobre la base de la identificación de los recursos y atractivos turísticos a fin de diversificar la oferta turística nacional.
- Programar, desarrollar y comercializar productos y circuitos turísticos innovadores a nivel nacional e internacional.
- Elaborar y ejecutar planes y proyectos de desarrollo turístico sostenibles que permitan el uso racional del patrimonio turístico.

- Gestionar la prestación de servicios turísticos, hoteleros y gastronómicos que satisfagan la demanda turística en el marco competitivo actual.
- Brindar asesoría técnica, y consultorías en temas relacionados al turismo, la hotelería y la gastronomía.

2.2.2.4. Las competencias en el turismo

Según el modelo propuesto por Gómez V. 2002, ampliado por Peña A. y Lunar R. (2006), las competencias indicadas a desarrollar y medir en el egresado de las especialidades de turismo, son las siguientes:

CUADRO N° 02
MODELO DE TAREAS SEGÚN PERFIL EGRESADO DE LA
ESPECIALIDAD DE TURISMO

FUNCIÓN	TAREAS
Investigación	<ul style="list-style-type: none"> • Mide impactos. • Analiza las organizaciones y funcionamiento de la institución. • Analiza el alcance de las leyes, reglamentos y normativas que regulan la actividad turística. • Investiga los segmentos de mercado más convenientes para una determinada oferta turística. • Identifica los elementos de una oferta turística competidora, para planificar la promoción y distribución de una oferta turística dada. • Investiga el impacto ambiental del turismo sobre las comunidades receptoras. • Analiza el impacto de una campaña de promoción turística en una localidad. • Realiza inventario de los recursos de la oferta turística.
Planificación y programación	<ul style="list-style-type: none"> • Aporta sugerencias a las políticas y planes generales del sistema turístico. • Programa el desarrollo y la ejecución de los planes turísticos de la institución. • Utiliza adecuadamente el presupuesto para ejecutar proyectos turísticos. • Participa con otros profesionales en la planificación del desarrollo turístico. • Organiza los planes de desarrollo turístico en función de los recursos disponibles. • Está en capacidad de formular objetivos para la toma de decisiones en la institución. • Tiene capacidad para organizar las actividades y recursos de la institución. • Organiza eficientemente las actividades y recursos de la institución.
Ejecución	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta adecuadamente las políticas de la institución. • Ejecuta adecuadamente los sistemas de supervisión y evaluación. • Diseña estrategias para prevenir efectos negativos de la institución.
Control, supervisión y orientación	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa, coordina y dirige los trabajos en las divisiones o departamentos de la institución. • Supervisa y controla el otorgamiento de licencias y permisos a las instituciones. • Supervisa, coordina y dirige las campañas promocionales de la institución. • Pondera el sistema de formación de recursos humanos desde el punto de vista de la oferta y la demanda actual. • Orienta y coordina las funciones que desempeñan las delegaciones de turismo de acuerdo a lo pautado por ley.
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Pondera el sistema de formación de recursos humanos desde el punto de vista de la oferta y la demanda. • Evalúa técnicamente los proyectos turísticos de la institución. • Aplica técnicas de observación directa sobre el servicio turístico prestado. • Evalúa y controla las actividades operativas de los departamentos a su cargo.
Formación, adiestramiento y reciclaje	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña cursos de información turística en diferentes niveles. • Diseña cursos de concientización y actualización turística. • Brinda información para la elaboración de cursos de educación turística. • Asiste a seminarios, talleres y cualquier otro evento para actualizar sus conocimientos. • Se suscribe a revistas y publicaciones de prestigio.

Fuente: Adaptación del modelo de Peña A. y Lunar R. (2006), inspirado en Gómez V. 2002

2.2.2.5. Las competencias según el perfil propuesto por la Universidad Alas Peruanas:

CUADRO N° 03

COMPETENCIAS DEL EGRESADO DE LA ESCUELA DE THG SEGÚN PERFIL PROPUESTO POR LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS

FUNCIÓN	TAREAS
<u>Crear y gestionar empresas</u> de la actividad turística, hotelera y gastronómica en los ámbitos público y privado.	<ul style="list-style-type: none"> • Dominio de métodos y técnicas modernos. • Capacidad de liderazgo. • Capacidad para realizar una investigación de mercado. • Analiza el alcance de las leyes, reglamentos y normativas que regulan la actividad turística. • Capacidad de evaluación y control de las áreas a su cargo.
Elaborar inventarios turísticos nacionales sobre la base de la identificación de los recursos y atractivos turísticos a fin de <u>diversificar la oferta turística</u> nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Investiga los segmentos de mercado más convenientes para una determinada oferta turística. • Capacidad para medir impactos de los proyectos. • Identifica los elementos de una oferta turística competitiva, para planificar la promoción y distribución de una oferta turística dada. • Investiga el impacto ambiental del turismo sobre las comunidades receptoras. • Analiza el impacto de una campaña de promoción turística en una localidad. • Realiza inventario de los recursos de la oferta turística.
<u>Programar, desarrollar y comercializar</u> productos y circuitos turísticos innovadores a nivel nacional e internacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza adecuadamente el presupuesto para la ejecución de proyectos turísticos. • Está en capacidad de formular objetivos para la toma de decisiones.
<u>Elaborar y ejecutar planes y proyectos</u> de desarrollo turístico sostenibles que permitan el uso racional del patrimonio turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para diseñar un plan de trabajo. • Capacidad para dirigir la ejecución de un plan de trabajo. • Capacidad para elaborar, sustentar y ejecutar un proyecto. • Ejecuta adecuadamente las políticas de la institución. • Diseña estrategias para prevenir efectos negativos de la institución.
<u>Gestionar la prestación de servicios</u> turísticos, hoteleros y gastronómicos que satisfagan la demanda turística en el marco competitivo actual.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de conocimientos para resolver problemas en la realidad. • Habilidades para resolver conflictos. • Capacidades para trabajar en equipo. • Actitudes de iniciativa en el desarrollo de sus actividades.
<u>Brindar asesoría</u> técnica, y consultorías en temas relacionados al turismo, la hotelería y la gastronomía.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del campo turístico. • Capacidades de comunicación. • Diseña cursos de información turística en diferentes niveles. • Diseña cursos de concientización y actualización turística. • Brinda información para la elaboración de cursos de educación turística. • Asiste a seminarios, talleres y cualquier otro evento para actualizar sus conocimientos. • Se suscribe a revistas y publicaciones de prestigio.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2.6. Las competencias identificadas en estudios peruanos en el campo económico – empresarial

Becerra A. y La Serna K. (2010) en su estudio: Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico – empresarial en la actualidad. Lograron identificar las siguientes competencias como requerimientos de las empresas cuyos representantes fueron entrevistados:

- Relaciones interpersonales.
- Trabajo en equipo.
- Enfoque u orientación al cliente.
- Liderazgo.
- Compromiso, orientación a los resultados y esmero.
- Proactividad, mejora continua y adaptación a los cambios.
- Capacidad de análisis y sentido holístico.
- Habilidades comunicativas.
- Dominio del idioma inglés y del programa Excel.

Como déficits formativos detectados en los egresados de universidades, los autores señalan:

- Dificultades relacionadas con el desarrollo adecuado de la inteligencia emocional.
- Incapacidad para integrarse al grupo de trabajo y a las políticas de la empresa.
- Falta de proactividad, orientación a la acción y liderazgo.
- Falta de compromiso y del sentido del proceso que exige el desarrollo de una línea de carrera.
- Escasa capacidad analítica, de manejo de indicadores de gestión y de solución de problemas.
- Dificultades para pasar de la teoría a la práctica.
- Falta de cuidado en el detalle y manejo inadecuado de la comunicación.

- Carencias en el dominio del idioma inglés y del programa Excel en un nivel avanzado.

2.2.2.7. Las competencias según las Agencias de Viajes y turismo

Líneas arriba se ha mencionado la dificultad que sufren las agencias de viajes y turismo en el Perú para lograr captar el personal que requieren para efectivizar sus operaciones. Pocos estudios se hallan respecto al perfil del profesional en turismo que requiere una agencia de viajes. Uno de ellos es el realizado por la Secretaría de Educación Pública de México, en el año 2011, concluyendo con propuesta que presentamos en los siguientes cuadros:

CUADRO N° 04 COMPETENCIAS REQUERIDAS EN TRABAJADORES DE AGENCIAS DE VIAJES EN MÉXICO

TRABAJADORES EN AGENCIAS DE VIAJES
<p>Descripción Básica de las Competencias</p> <p>La conformación de las competencias identificadas para este grupo unitario, marca como esencial la atención al cliente y las relaciones públicas, con orientación a la negociación y la persuasión, Contando con conocimientos para el trámite y obtención de visados. Dentro de las habilidades a desarrollar se encuentra la comunicación verbal. En cuanto a actitudes, hábitos y valores se requiere de amabilidad, iniciativa y tolerancia las cuales son fundamentales para el desempeño de sus funciones. En cuanto a las destrezas físicas, se requiere de agudeza auditiva. Aunado a lo anterior es esencial el manejo de equipo de oficina.</p>
<p>Competencias Transversales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Relaciones públicas. ● Negociación y persuasión. ● Comunicación verbal. ● Amabilidad. ● Agudeza auditiva. ● Equipo de oficina.
<p>Competencias Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Vender paquetes turísticos y promociones de viaje. ● Proporcionar información de destinos turísticos. ● Elaborar itinerarios de viaje. ● Realizar y verificar reservaciones de vuelo y hospedaje. ● Atención personalizada al cliente.
<p>Competencias de Sustentabilidad e Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Manejo adecuado de los sistemas en línea de reservaciones y cotizaciones a nivel mundial, así como los sistemas propios de cada agencia. ● Manejo de varios idiomas además del inglés. ● Capacitación en el área de ventas, servicio, conocimiento de los destinos y cotizaciones.

Fuente: SEPM 2012

CUADRO N° 05
COMPETENCIAS REQUERIDAS EN GUÍAS DE TURISMO Y
TRABAJADORES DE MUSEOS, CASINOS, PARQUES, CINES Y OTROS
CENTROS RECREATIVOS

GUÍAS DE TURISMO EN MUSEOS, CASINOS, PARQUES, CINES Y OTROS CENTROS RECREATIVOS
<p>Descripción Básica de las Competencias</p> <p>La conformación de las competencias identificadas para este grupo unitario, marca como esencial el manejo de conocimiento en proporcionar información, asesoría y orientan al público respecto de centros culturales y recreativos, gran orientación al servicio y atención al cliente. Dentro de las habilidades a desarrollar se encuentra la memoria y comunicación verbal. Como actitud, hábito y valor, la responsabilidad es percibida como fundamental. En cuanto a las destrezas físicas es esencial la agudeza auditiva. Asimismo se requiere el manejo de equipo de oficina.</p>
<p>Competencias Transversales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientación en atención al cliente. • Relaciones públicas. • Orientación al servicio. • Comunicación verbal efectiva. • Buena memoria. • Responsabilidad. • Agudeza auditiva. • Equipo de oficina y de comunicación.
<p>Competencias Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento, orientación, auxilio e información sobre aspectos culturales, sociales o deportivos de centros recreativos y lugares públicos de interés. • Programar y organizar excursiones, así como establecer itinerarios y guiar recorrido. • Realizar investigación sobre historia y datos interesantes de lugar a visitar.
<p>Competencias de Sustentabilidad e Innovación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistir periódicamente a talleres y eventos sobre temas de historia, arte, cultura y entretenimiento. • Investigar sobre preferencias de esparcimiento y sobre normatividad aplicable en museos, casinos, parques, cines, ferias, clubs deportivos y todo lugar recreativo. • Efectiva comunicación en diferentes idiomas, principalmente inglés. • Establecer red de contactos y mediante trato personalizado a los clientes.

Fuente: SEPM 2012

No existen estudios de este tipo en nuestro país. Aunque las realidades se acerquen mucho, es necesario definir con precisión las necesidades específicas de las agencias de viajes peruanas, de ser posible por regiones, debido a la especificidad de cada destino y sus singulares características que podrían exigir determinadas actitudes y aptitudes en los candidatos.

Un referente para el trabajo en el Perú, que aún debe ser adaptado, ampliado y perfeccionado, es el ofrecido por el Manual de Buenas Prácticas de Agencias de Viajes y Turismo del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR del MINCETUR, donde encontramos las siguientes pautas:

3.4.4 MANEJO DE RECURSOS HUMANOS

3.4.4.1 Selección y capacitación del personal de Ventas

El recurso Humano es la principal herramienta con la que cuenta una Agencia de Viajes y Turismo en el camino a la satisfacción de los requerimientos del cliente. Las Agencias de Viajes deben contar con un plan adecuado para la selección, entrenamiento y política de incentivos para su personal, a fin que éste se sienta alineado con la empresa y vaya de la mano con los objetivos trazados.

Debemos convencernos que el personal más importante en la empresa es aquel que tendrá contacto directo con el cliente, aquel personal que es responsable de identificar lo que el cliente realmente necesita, recordemos que no vendemos productos, vendemos sueños, emociones.

3.4.4.1 Selección y capacitación del personal de Ventas

Identificar el perfil del personal que necesitamos: Definiremos cuales son las competencias que deberá tener el personal que requerimos para cumplir una determinada función, esto va desde los conocimientos académicos, hasta las aptitudes que debe poseer, en algunos casos es importante contar con una buena presencia personal.

Es importante que al momento de hacer este perfil tengamos bien en claro cuáles son las funciones que se le asignará al nuevo personal, así como el tipo de remuneración que será asignado, caso contrario corremos el riesgo de no ser congruentes con los requerimientos que exigimos.

Evaluar el Currículum del postulante: Una vez hecha nuestra convocatoria deberemos hacer una pre-selección a través de la información del currículum vitae. Para evaluar este punto verificaremos si el postulante se ajusta a nuestro perfil, consideraremos los aspectos académicos, con qué estudios cuenta y que tan actualizados se encuentran, conocimientos de idiomas (importante conocer el nivel). También evaluaremos la experiencia con la que cuenta e incluso es necesario corroborar la información.

Entrevistar al postulante: Es importante establecer quién será el entrevistador, es recomendable que sea una persona bastante receptiva y que maneje bien el perfil que estamos buscando. El objetivo será comprobar la idoneidad del postulante para el puesto.

Que aspectos debemos evaluar:

- Puntualidad.
- Vestimenta.
- Seguridad en su presentación.
- Objetivos Profesionales.
- Temperamento y habilidades sociales con las que cuenta.
- Establecer los puntos fuertes y débiles ante los demás postulantes.

(Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR, 2007. P. 59 - 60)

Estas orientaciones destacan la necesidad de establecer de inicio las capacidades que requiere la agencia y definir aquellas con las que cuenta el postulante, que es precisamente la razón de ser de la presente investigación.

2.2.3. LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL PERÚ

2.2.3.1. LEY N° 29408: Ley General de Turismo. Capítulo IV PRESTADORES DE SERVICIOS turísticos, Artículo 27°:

Son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.

Artículo 28°: Obligaciones generales de los prestadores de servicios turísticos.

Los prestadores de servicios turísticos, en el desarrollo de sus actividades deben cumplir las siguientes obligaciones generales:

1. Cumplir con las normas requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
2. Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales, debiendo prestar sus servicios en el marco de lo dispuesto en las normas que regulan dichas materias.
3. Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual, comercial, infantil y cualquier otro ilícito penal del cual tomen conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
4. Informar a los usuarios previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
5. Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
6. Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
7. Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
8. Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
9. Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el Sistema de Información Turística.

ANEXO N° 1

Relación de prestadores de servicios turísticos.

Son prestadores turísticos los que realizan las actividades que se mencionan a continuación:

- a) Servicios de hospedaje.

b) Servicios de agencias de viajes y turismo.

c) Servicios de agencias operadoras de viajes y turismo.

- d) Servicios de transporte turístico.
- e) Servicios de guías de turismo.
- f) Servicios de organización de congresos, convenciones y eventos.
- g) Servicios de orientadores turísticos.
- h) Servicios de restaurantes.
- i) Servicios de centros de turismo termal y/o similar.
- j) Servicios de turismo aventura, ecoturismo a similares.
- k) Servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

2.2.3.2. Planta turística local

Según el último reporte de la DIRCETUR, existen en nuestra región 174 agencias de viajes y turismo registradas, de las cuales se ubican en la provincia de Ica solo 66.

2.2.3.3. El mercado laboral en turismo

Al ser el turismo una actividad de servicios, es decir perteneciente al sector terciario, demanda una variedad de empleos calificados que permitan satisfacer las necesidades de los visitantes. Es por eso que el personal que labora en el sector tiene que estar permanentemente calificado y eso es responsabilidad del empresario, por cuanto a mayor calificación del personal, mejor calidad en el servicio y por tanto mayor productividad en la empresa, mayor presencia y participación en el mercado. La actividad turística en esta época de modernidad tiene que ser competitiva, vale decir, debe ser capaz de proveer el servicio de manera adecuada y oportuna, considerando que el mercado turístico es muy dinámico. Otro aspecto importante a reconocer es que en la actividad turística se dan altos niveles de rotación de empleo; ello debido -en parte- a la necesidad del trabajador de mejorar en su puesto ocupacional, así como de mejorar su calidad de vida. Es tradicional que la empresa capacite a su personal y que éste, una vez que está mejor calificado, migre a otra empresa por motivos económicos o de posición ocupacional. La actividad turística está caracterizada por concentrar la mayor fuerza laboral en

restaurantes y establecimientos de hospedaje donde, tradicionalmente, ha sido el género masculino el predominante, aunque en los últimos años se ha ido incorporando el género femenino gradualmente. También es importante destacar la incorporación paulatina aunque no siempre a tiempo completo de una masa laboral joven, principalmente estudiantes que inician sus labores como practicantes y van ascendiendo en la empresa. Cabe anotar que en muchos casos se da una rotación muy fuerte, teniendo en cuenta que el estudiante está en plena búsqueda de un puesto de trabajo más acorde con sus expectativas. Así podría caracterizarse al empleo en el sector turismo de la siguiente manera:

- Concentrado en un 70% en la actividad hotelera y de restaurantes.
- Concentrado en un 60% en el sexo masculino.
- Empleos con contratación temporal del tipo locación de servicios (de tres a seis meses), sin mayores beneficios sociales.
- Gran porcentaje de empleados sin preparación académica, con experiencia obtenida en el trabajo, empíricos.
- Incorporación paulatina y gradual de egresados universitarios.
- Concentrado mayoritariamente en pequeñas y medianas empresas.
- Organización empresarial prioritariamente de carácter familiar. En consecuencia, el manejo y gestión de los recursos humanos en una empresa o institución es fundamental para crear, mantener y consolidar la imagen empresarial y del producto en la mente del trabajador, así como reafirmar su lealtad hacia la empresa. (Granados M., 2010. Pp. 28).

2.2.3.4. Las prácticas pre-profesionales

La práctica profesional viene a ser el conjunto de actividades específicas propias de cada carrera y demandadas por la sociedad. Es la forma que tiene el profesional de influir prácticamente en la vida social y productiva de la humanidad. Por lo tanto, la práctica profesional, entendida de esta manera general, no puede restringirse al ejercicio práctico de una formación

específica, ésta es solo una de sus características. Es por eso que, a través de ella, se tiene la posibilidad de incursionar en el campo profesional con la autoridad suficiente para sugerir, analizar, criticar, transformar y proyectar nuevas formas de realización y respuestas a las necesidades sociales. Dentro de este marco referencial se puede entender la formación profesional y su práctica como una educación para la vida, que genera actitudes, habilidades y disposiciones orientadas al desarrollo humano. (Ávila L. 2012).

2.2.3.5. Las prácticas profesionales en la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas – Filial Ica

Como lo menciona el Reglamento de la Universidad Alas Peruanas, “la Directora de la Escuela Académico Profesional es responsable del seguimiento de los egresados”, de modo que se ofrezcan posibilidades de actualización y perfeccionamiento permanentemente y se institucionalicen relaciones interinstitucionales con los niveles educativos inferiores y la sociedad en general, así como con todo organismo académico de la Universidad a nivel de todo el país”. Es resaltante que la labor desplegada por la Dirección de esta escuela ha propiciado el acceso de prácticamente todos los egresados a prácticas profesionales en condiciones ventajosas, las mismas que en varios casos han terminado convirtiéndose en puestos de trabajo fijos luego de concluidas dichas prácticas. De la misma manera, se viene desarrollando un trabajo en las redes sociales para mantener comunicados a los egresados de modo que puedan acceder a los cursos de capacitación y otros eventos realizados por nuestra Alma Mater, con lo cual se contribuye a incentivar el perfeccionamiento y actualización profesional de los egresados, contribuyendo indirectamente, con las empresas que captaron a los egresados de esta casa de estudios.

2.2.3.6. Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo D.S. N° 004 -2016 MINCETUR

El Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo en el Perú, define “personal calificado” de la siguiente manera:

h) Personal calificado: Persona designada por la Agencia de Viajes y Turismo para atender a los turistas que solicitan información sobre los servicios prestados en sus respectivos establecimientos, que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia acreditada para asesorar y orientar sobre los servicios que ofrece.

En el Artículo 12, se especifica la acreditación de este personal.

Artículo 12.- Personal Calificado

12.1 La Agencia de Viajes y Turismo deberá contar con Personal Calificado, cuya formación, capacitación o experiencia será acreditada, de la siguiente manera:

a) En caso acrediten sólo experiencia: Certificado o Constancia expedida por entidades públicas o privadas que acrediten una experiencia mínima de un (01) año en actividades turísticas.

b) En caso acrediten sólo formación y/o capacitación: Documento emitido por entidades públicas o privadas que acrediten formación académica superior en materia de Turismo. Para ambos casos, se deberá cumplir con presentar, adicionalmente, un certificado o constancia de haber llevado por lo menos un curso de técnicas de atención al turista.

Siendo Actividades de las Agencias de Viajes de nuestro país: promoción del turismo, proyección, elaboración, producción, reservas, contratación, organización, operación, asesoría y comercialización de programas y demás servicios turísticos, servicios de intermediación y representación de empresas de transporte y otras conexas al campo turístico, recepción, atención directa y traslado de turistas, organización de congresos y eventos, asesoría y ventas de programas y servicios turísticos, entre otras, cabe considerar que las asignaturas consideradas en el plan de estudios de la Universidad Alas Peruanas garantiza la preparación plena del estudiante para el cumplimiento exitoso de las mencionadas funciones, cabe profundizar si la evaluación de los administradores de las Agencias de Viajes locales consideran que también los alumnos de las demás instituciones formadoras locales, cumplen estos criterios de manera adecuada.

2.3. Hipótesis de la Investigación

Tras la revisión de la bibliografía y consulta a conocedores del tema, se inició el trabajo considerando las siguientes hipótesis:

2.3.1. Hipótesis general

El perfil del egresado de la carrera profesional de turismo no cubre las necesidades de las agencias de viajes de la provincia de Ica.

2.3.2. Hipótesis secundarias

HE1. Existen fortalezas y debilidades en la formación profesional de los egresados de la carrera profesional de turismo según la percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica.

HE2. El perfil actual del egresado de la carrera profesional de turismo difiere del que plantean las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica.

2.4. Variable de estudio

Perfil Requerido por las Agencias de Viajes y Turismo de la Provincia de Ica.

Operacionalización de Variable: según modelo creado en base a la literatura revisada.

No se propone el perfil de los egresados de la escuela profesional de THG de la universidad Alas peruanas debido a que se opta por la recepción objetiva de información por parte de los empresarios, que no se basarán en un perfil modelo ya establecido que podría orientar sus respuestas causando un sesgo.

CUADRO N° 01

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil Requerido por las Agencias de Viajes y Turismo	Perfil del empleado que requiere la empresa	1. Si ya está establecido en las políticas de la empresa	Descripción
	Contratación de egresados de la UAP - Ica	Preferencia o rechazo a contratar egresados de la UAP - Ica	Nominal: Si, no
	Vías Utilizadas para la contratación	1. Ex -practicantes contratados 2. Convocatoria por redes sociales 3. Solicitud a la Dirección de la Escuela 4. Recomendación de amistades 5. Otra	Nominal politómica. Con opción a varias alternativas
	Existencia de un programa de acogida o inserción de nuevos empleados	1. Tutoría personalizada 2. Curso de capacitación 3. Período de prueba monitorizada 4. Otro	Nominal politómica. Con opción a varias alternativas
	Opinión del desempeño del profesional	1. Relación entre la teoría y la práctica 2. Actualización de conocimientos 3. Recursos tecnológicos limitados o no 4. Relaciones interpersonales 5. Cualidades personales (amabilidad, agudeza auditiva, negociación, persuasión, responsabilidad, etc.) 6. Habilidades comerciales 7. Habilidades comunicacionales 8. Orientación al cliente 9. Orientación al servicio 10. Proactividad y capacidad resolutive 11. Conocimientos idiomáticos 12. Conocimientos informáticos 13. Capacitación especializada 14. Cultura general 15. Otros	Nominal politómica. Con opción a varias alternativas

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito de Estudio

El ámbito de este estudio se circunscribe a las agencias de viajes y turismo de la provincia de Ica como población diana y como población de referencia, se trabajó con un total de 55 agencias de viajes y turismo.

3.2. Tipo de investigación

El presente estudio se encuadra en la investigación no experimental que, como señala Kerlinger (1979, p. 116, citado por Hernández 1991 pp 244): “es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”. Según el momento de recolección de información es prospectivo y según el número de veces que se recolectan los datos, es transversal, en la cual, se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández R.1991: 247).

Esta investigación se realizó en el marco del enfoque cualitativo, que “utiliza técnicas que no pretenden medir ni asociar mediciones con números, ni ser analizados de forma estadística. Utiliza observación no estructurada, técnicas de investigación flexibles. La realidad subjetiva es parte del objeto de estudio”. (Hernández 2003. Pp. 1).

Por su finalidad o propósito fundamental, es una Investigación Aplicada, porque busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o al sector productivo.

3.3 Nivel de investigación

El nivel hace referencia al grado de complejidad del estudio.

Atendiendo el objetivo y la importancia del tema la investigación se ubica en el nivel **descriptivo - explicativo**, se tendrá que proporcionar en forma específica la situación problema para poder actuar y reducir los niveles de dificultad para mejorarlos.

La investigación no solamente busca presentar una descripción sino también organizar la búsqueda de informaciones que expliquen sistémicamente el problema para llegar a la verdad y arribar a conclusiones importantes.

3.4. Método de investigación

Investigación empírica que conlleva procedimientos prácticos. Se analiza su problemática, retomando experiencia de otros autores para verificar y comprobar concepciones teóricas. El método es de Medición, que se desarrolla para obtener información numérica: asignación de valores numéricos a propiedades del objeto y sus relaciones para evaluarlas y representarlas adecuadamente, apoyándose en procedimientos estadísticos.

3.5. Diseño de la Investigación

El diseño propuesto para esta investigación fue: No experimental transversal porque recolectó datos sobre la variable en un solo momento, en un tiempo único, su propósito fue describir la variable e interpretar los datos obtenidos a la luz de esta investigación a fin de comprender una realidad relativamente nueva en nuestro medio.

3.6. Población, muestra y muestreo

3.6.1. Población

Dadas las características de la variable propias de este estudio, se aplicó el instrumento de recolección de información a los administradores responsables de las agencias de Viajes y Turismo de la Provincia de Ica, que ascienden a 66, contando o no en su equipo de trabajo con egresados de la Carrera Profesional de Turismo.

3.6.2. Muestra y muestreo

Hernández (2003); afirma que: “la base de la muestra es aquel documento o espacio en el que, el conjunto de elementos considerados aparecen individualizados y se encuentran anotados”. El presente estudio incluye el muestreo aleatorio por conveniencia, esto debido a la dificultad que representaba ubicar a los administradores de algunas agencias de viajes, muchos de los cuales, debido a sus actividades, se desplazan continuamente o tienen diversas actividades. De la misma manera, muchas agencias de viajes y turismo se muestran reacias a ofrecer información relacionada a sus empleados, ni siquiera con fines investigativos. Por esta razón, y después de realizar las consultas e indagaciones respectivas, de las 66 agencias de viajes y turismo registradas debidamente en la Provincia de Ica, solo se hizo extensivo el estudio a aquellas que se logró contactar, que cumplían con los criterios de inclusión y que aceptaron participar en el estudio, que en total sumaron 55 agencias de viajes y turismo.

Criterios de Inclusión:

1. Propietario o administrador de una agencia de viajes y turismo registrada en la provincia de Ica.
2. Que acepte participar en el estudio.
3. Que se encuentre actualmente en operación.

Criterios de Exclusión:

1. Que no se encuentre en actividad a la fecha.
2. Agencias que aún no han tramitado su registro.
3. Que no acepte participar en el estudio.

3.7. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

3.7.1. Técnicas

Encuesta:

Dirigida a los administradores de agencias de viajes. Consiste en recoger información valiosa, mediante un conjunto de preguntas previamente elaboradas en función al variable motivo de estudio. Esta técnica se aplicó a los administradores o encargados de las agencias de viajes con capacidad decisora. La selección de la muestra se realizó mediante muestreo censal, donde toda la población fue incluida como muestra.

3.7.2. Instrumentos

Cuestionario:

Dirigido a los administradores de la agencia de viajes de la provincia de Ica.

3.8. Procedimiento de recolección de datos

Los instrumentos fueron aplicados directamente por la autora de la investigación en cada una de las agencias de viajes de la provincia de Ica, no fue necesario efectivizar trámites de permiso formales, puesto que no se solicitaría información clasificada o que pudiera ser utilizada para fines ajenos a un estudio, por lo que las coordinaciones fueron realizadas directamente con los administradores de dichas agencias.

3.9. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Los datos recabados fueron tabulados directamente haciendo uso del paquete estadístico Excel en su más reciente versión, donde fueron procesados para la obtención de cuadros y gráficos, los mismos que posteriormente fueron trasladados al programa Word para su presentación.

CAPÍTULO IV

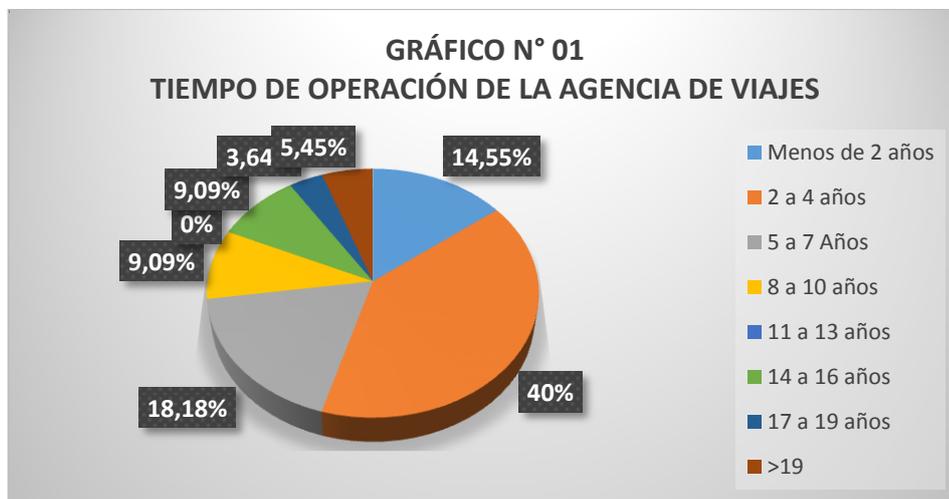
RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

TABLA N° 01

TIEMPO DE OPERACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES

N° DE AÑOS	F	Fp
< 2 años	8	14.55%
2 a 4 años	22	40%
5 a 7 Años	10	18.18%
8 a 10 años	5	9.09%
11 a 13 años	0	0%
14 a 16 años	5	9.09%
17 a 19 años	2	3.64%
>19	3	5.45%
TOTAL	55	100%



INTERPRETACIÓN:

El gráfico N° 1 muestra que el tiempo de operación de las agencias de viajes en la provincia, principalmente es de 2 a 4 años (40%), como se puede apreciar, la gran mayoría de agencias tienen una antigüedad que no supera los siete años (72.7%), siendo pocas las agencias que poseen un tiempo de servicio superior a los 17 años (9%).

TABLA N° 02
NÚMERO DE TRABAJADORES QUE LABORAN EN LA EMPRESA

N° DE TRABAJADORES	F	Fp
1 a 3	33	60%
4 a 6	9	16.36%
7 a 9	3	5.45%
10 a 12	2	3.64%
13 a 19	2	3.64%
>19	1	1.82%
TOTAL	55	100%

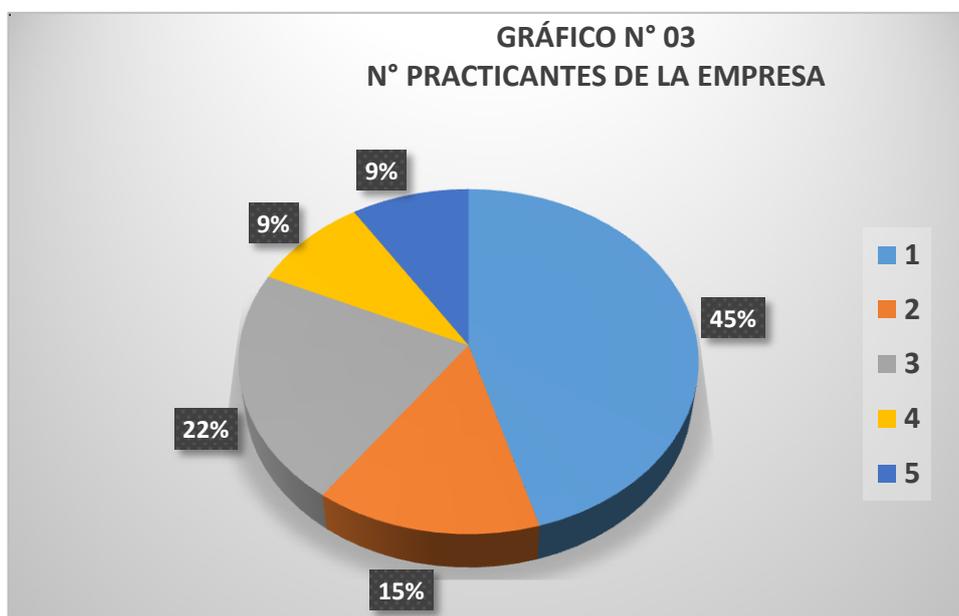


INTERPRETACIÓN:

El gráfico N° 2 muestra que 60% de las agencias tiene entre 1 a 3 trabajadores, mientras que 16.36% tiene entre 4 y 6 trabajadores.

TABLA N° 03
NÚMERO DE PRACTICANTES EN LA EMPRESA

PERSONAL	F	Fp
0	25	45.45%
1	8	14.55%
2	12	21.82%
3	5	9.09%
4	5	9.09%
TOTAL	55	100%



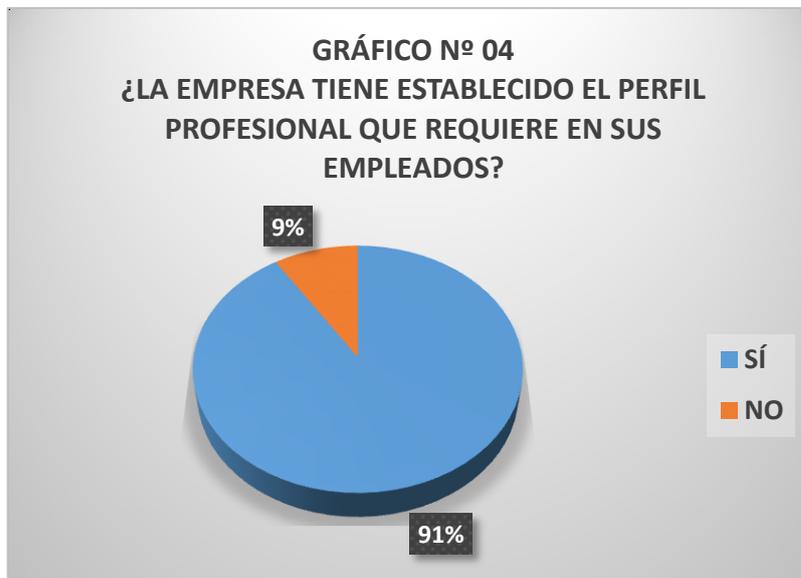
INTERPRETACIÓN:

En el tercer gráfico podemos observar que más del 45% de las agencias de viajes no cuentan con practicantes, mientras que un 22% cuentan con dos practicantes y aproximadamente un 15% cuenta con un practicante.

TABLA N° 04

¿LA EMPRESA TIENE ESTABLECIDO EL PERFIL PROFESIONAL QUE REQUIERE EN SUS EMPLEADOS?

EXISTENCIA DE PERFIL	F	Fp
SÍ	50	90.91%
NO	5	9.09%
TOTAL	55	100%



INTERPRETACIÓN:

El cuarto gráfico nos muestra que casi un 91% de las agencias incluidas en este estudio, sí tienen establecido un perfil profesional para elegir a los empleados que laboran en la misma.

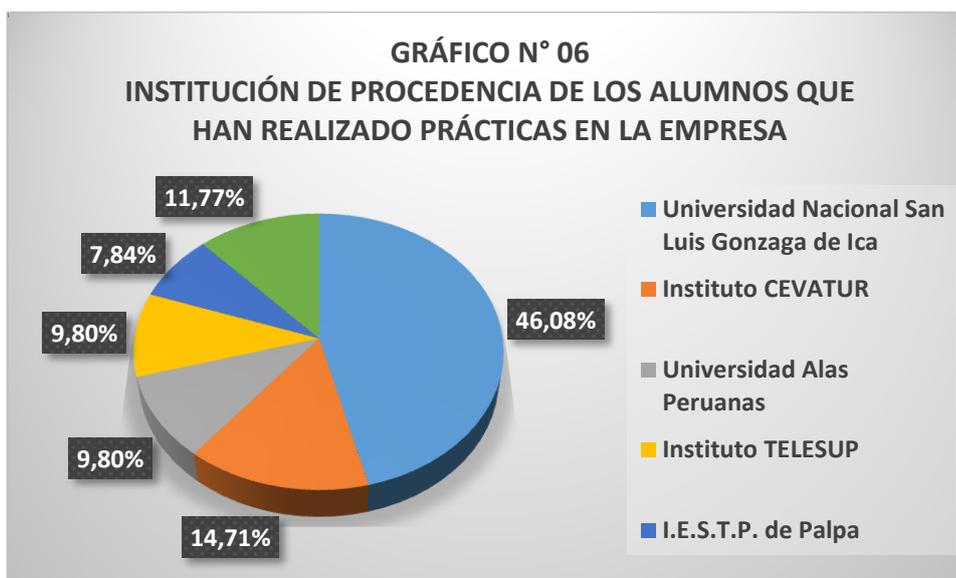
TABLA N° 05

PERFIL DEL PROFESIONAL REQUERIDO EN LA AGENCIA DE VIAJES

PERFIL	F	Fp
Estudios formales	12	21.06%
Idiomas	8	14.04%
Cordial, amable, buen trato al cliente	7	12.28%
Ágil / dinámico	6	10.53%
Habilidades comunicacionales	5	8.78%
Comprometido/ colaborador con la agencia	3	5.27%
Que se capaciten	3	5.27%
Dominio del guiado	2	3.51%
Puntual	2	3.51%
Responsable	1	1.75%
Que sepa tomar decisiones	1	1.75%
Conocimientos de computación	1	1.75%
Iniciativa	1	1.75%
Conocimientos de counter	1	1.75%
Pueda trabajar bajo presión	1	1.75%
Que cumpla los objetivos/metras de la agencia	1	1.75%
Buena presencia	1	1.75%
Empatía	1	1.75%
Total	57	100%

TABLA N° 06
INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA DE LOS ALUMNOS QUE HAN REALIZADO PRÁCTICAS EN LA EMPRESA

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	F	Fp
Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica	47	46.08%
Instituto CEVATUR	15	14.71%
Universidad Alas Peruanas	10	9.8%
Instituto TELESUP – INTUR	10	9.8%
I.E.S.T.P. de Palpa	8	7.84%
Ninguna Institución	12	11.77%
TOTAL	102	100%



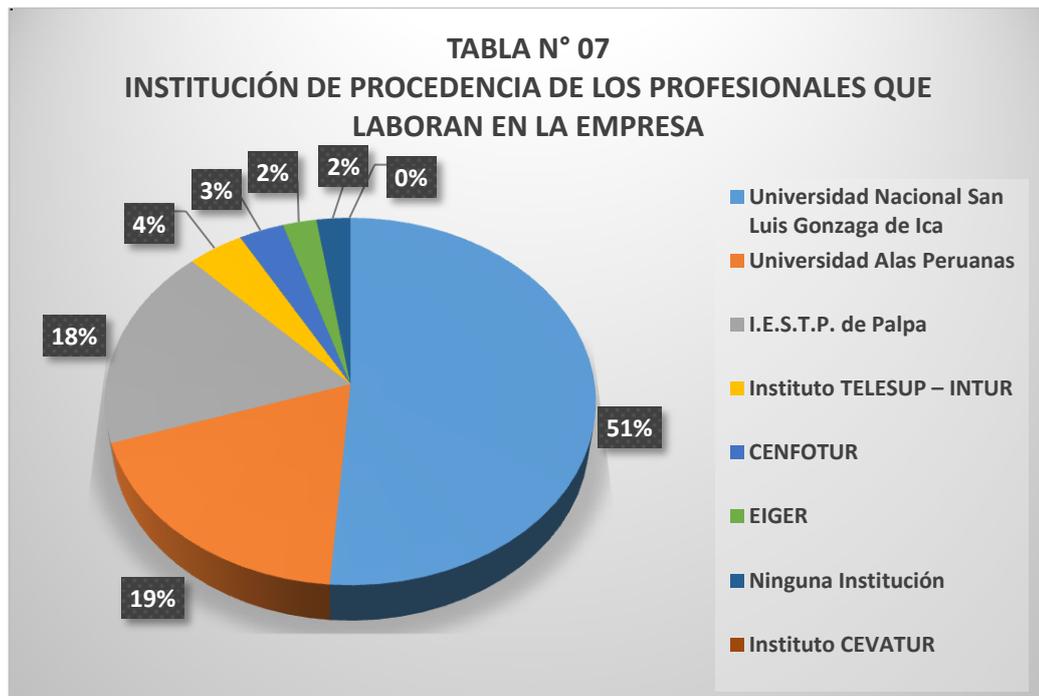
INTERPRETACIÓN:

Al ser consultados sobre la institución de procedencia de los alumnos que realizan o han realizado prácticas en la agencia, se evidencia una preponderancia de los alumnos de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, con un 46.08%, seguido de un 14.71% procedentes del instituto CEVATUR, en tercer lugar y ambos con 9.8% están el Instituto TELESUP y la Universidad Alas Peruanas y finalmente el Instituto Tecnológico de Palpa con un 7.84%. Cabe mencionar que 11.77% no mencionaron a ninguna institución porque no han recibido practicantes hasta la fecha.

TABLA N° 07

INSTITUCIÓN DE PROCEDENCIA DE LOS PROFESIONALES QUE LABORAN EN LA EMPRESA

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN	F	Fp
Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica	63	51.22%
Universidad Alas Peruanas	23	18.7%
I.E.S.T.P. de Palpa	22	17.88%
Instituto TELESUP – INTUR	5	4.07%
CENFOTUR	4	3.25%
EIGER	3	2.44%
Ninguna Institución	3	2.44%
Instituto CEVATUR	0	0%
TOTAL	123	100%



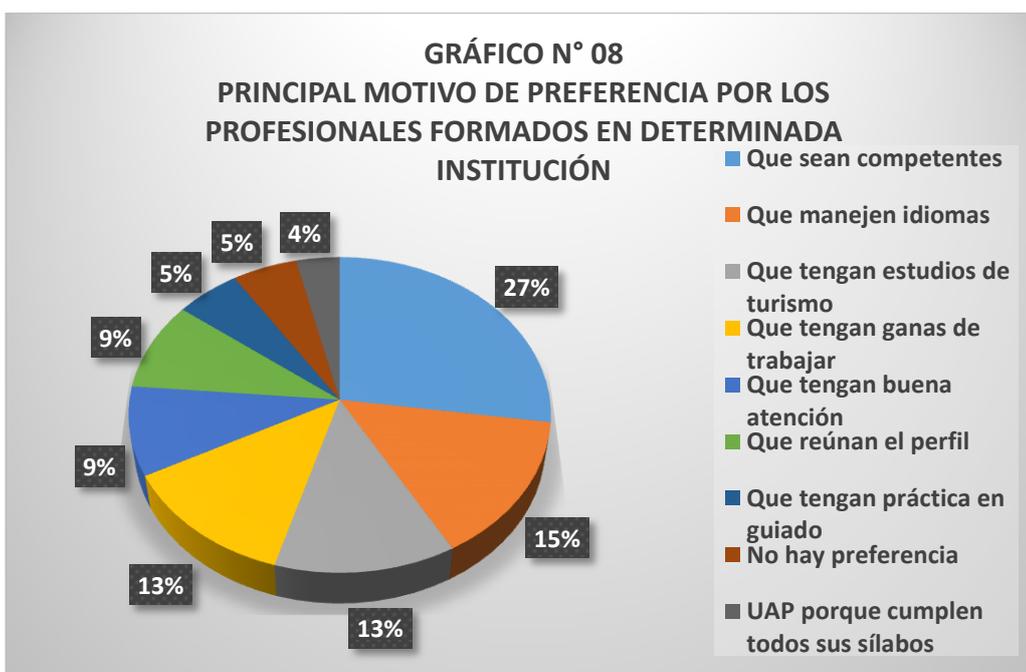
INTERPRETACIÓN:

Al ser interrogados acerca de la institución de procedencia de los profesionales que laboran en la empresa, es notable otra vez la presencia de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga con un 51.22%, seguida por la Universidad Alas Peruanas con un 18.7% y el Instituto tecnológico de Palpa con un 17.88%.

TABLA N° 08

PRINCIPAL MOTIVO DE PREFERENCIA POR LOS PROFESIONALES FORMADOS EN DETERMINADA INSTITUCIÓN

MOTIVO DE PREFERENCIA	F	Fp
Que sean competentes	15	27.27%
Que manejen idiomas	8	14.55%
Que tengan estudios de turismo	7	12.73%
Que tengan ganas de trabajar	7	12.73%
Que tengan buena atención	5	9.09%
Que reúnan el perfil	5	9.09%
Que tengan práctica en guiado	3	5.45%
No hay preferencia	3	5.45%
UAP porque cumplen todos sus sílabos	2	3.64%
Total	55	100%



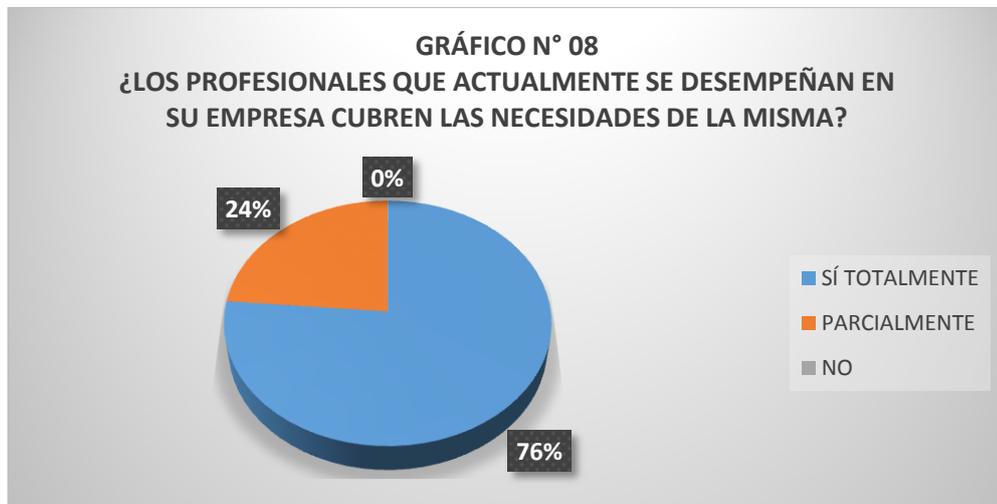
INTERPRETACIÓN:

Al ser interrogados respecto al motivo principal por el que se da preferencia a un candidato respecto a otros, se halló las siguientes respuestas: 27.27% respondió que se les da preferencia a los que demuestran ser competentes, 14.55% otorga preferencia a quienes dominen idiomas, 12.73% prefiere principalmente a quienes tengan estudios de turismo y la misma cantidad de respuestas fue para quienes demuestren ganas de trabajar. Cabe resaltar que un 3.64% mencionó que prefiere alumnos de la Universidad Alas peruanas porque según su opinión: siguen un programa de estudios más completo.

TABLA N° 09

¿LOS PROFESIONALES QUE ACTUALMENTE SE DESEMPEÑAN EN SU EMPRESA CUBREN LAS NECESIDADES DE LA MISMA?

RESPUESTA	F	Fp
SÍ, TOTALMENTE	42	76.36%
PARCIALMENTE	13	23.64%
NO	0	0%
TOTAL	55	100%



INTERPRETACIÓN:

Al ser interrogados sobre si los profesionales que se desempeñan actualmente en la agencia cubren sus necesidades, el 76.36% respondió que sí totalmente, mientras que 23.64% respondieron que parcialmente.

TABLA N° 10

¿CÓMO SELECCIONÓ A LOS EMPLEADOS QUE LABORAN EN SU EMPRESA?

MODALIDAD DE SELECCIÓN	F	Fp
Recomendación de amistades	42	32.56%
Ex Practicantes contratados	35	27.13%
Solicitud a la Dirección de la Institución formadora	20	15.5%
Convocatoria por redes sociales	17	13.18%
Se presentan solos con su CV	10	7.75%
Ministerio de Trabajo	3	2.33%
Ninguna (No contrata)	2	1.55%
Total	129	100%



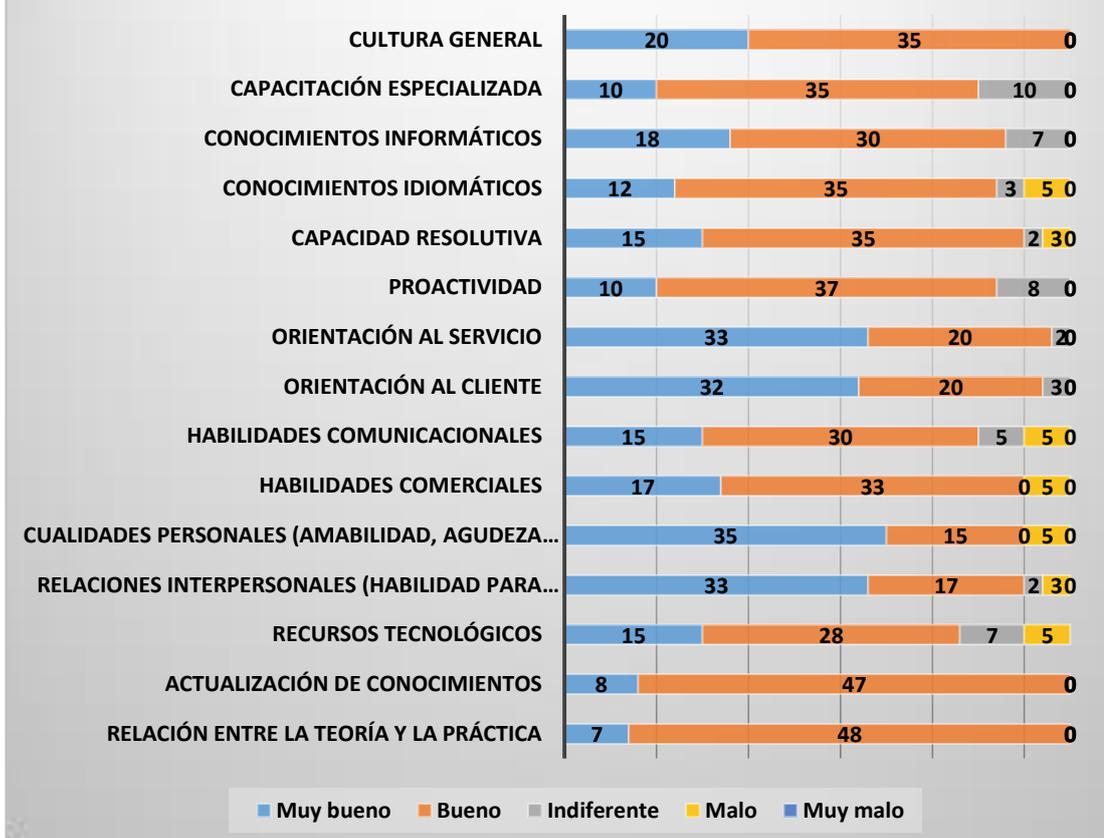
INTERPRETACIÓN:

El décimo gráfico muestra los resultados obtenidos ante la interrogante sobre la modalidad empleada preferentemente por la agencia para la selección de su personal, se evidencia que 32.56% seleccionan en base a recomendaciones de sus amistades, 27.13% prefiere contratar a ex practicantes de su propia agencia, 15.5% solicita personal a las instituciones a través de sus respectivas direcciones y un 13.18% realiza convocatorias a través de las redes sociales. Solo un 7.75% recibe a candidatos que llegan por cuenta propia ofreciendo sus servicios y solo un 2.33% acude al Ministerio de Trabajo. Un 1.55% no contrata a nadie.

TABLA N° 11
OPINIÓN DEL DESEMPEÑO ACTUAL DE SUS TRABAJADORES

COMPETENCIA	Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo
Relación entre la teoría y la práctica	7	48	--	--	--
Actualización de conocimientos	8	47	--	--	--
Recursos tecnológicos	15	28	7	5	--
Relaciones interpersonales (habilidad para interactuar con otros)	33	17	2	3	--
Cualidades personales (amabilidad, agudeza auditiva, negociación, persuasión, responsabilidad, etc.)	35	15	--	5	--
Habilidades comerciales	17	33	--	5	--
Habilidades comunicacionales	15	30	5	5	--
Orientación al cliente	32	20	3	--	--
Orientación al servicio	33	20	2	--	--
Proactividad	10	37	8	--	--
Capacidad resolutive	15	35	2	3	--
Conocimientos idiomáticos	12	35	3	5	--
Conocimientos informáticos	18	30	7	--	--
Capacitación especializada	10	35	10	--	--
Cultura general	20	35	--	--	--

GRÁFICO N° 11
OPINIÓN DEL DESEMPEÑO ACTUAL DE LOS TRABAJADORES



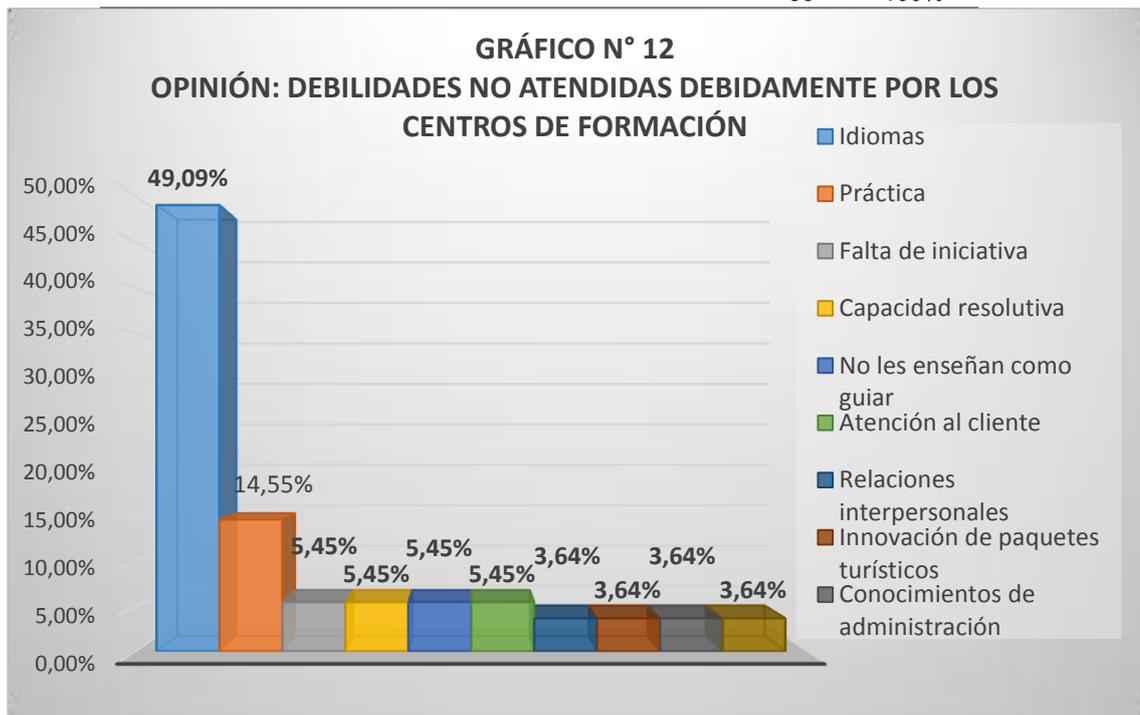
INTERPRETACIÓN:

El gráfico N° 11 muestra el resultado de la consulta respecto a la opinión que tienen los empleadores acerca de las competencias que determinan el desempeño de sus trabajadores, siendo el resultado el siguiente: prácticamente la totalidad de las respuestas reconocen como bueno o muy bueno el desempeño de sus trabajadores en todas las competencias destacadas en la labor del trabajador de una agencia de viajes y turismo, principalmente cualidades personales (35 de 55: muy bueno), hallándose un pequeño margen de negatividad en manejo de recursos tecnológicos, relaciones interpersonales, cualidades personales, habilidades comerciales, habilidades comunicacionales, capacidad resolutiva y conocimientos idiomáticos.

TABLA N° 12

OPINIÓN: DEBILIDADES NO ATENDIDAS DEBIDAMENTE POR LOS CENTROS DE FORMACIÓN

DEBILIDAD	F	Fp
Idiomas	27	49.09%
Práctica	8	14.55%
Falta de iniciativa	3	5.45%
Capacidad resolutive	3	5.45%
No les enseñan como guiar	3	5.45%
Atención al cliente	3	5.45%
Relaciones interpersonales	2	3.64%
Innovación de paquetes turísticos	2	3.64%
Conocimientos de administración	2	3.64%
Habilidades comerciales	2	3.64%
	55	100%



INTERPRETACIÓN:

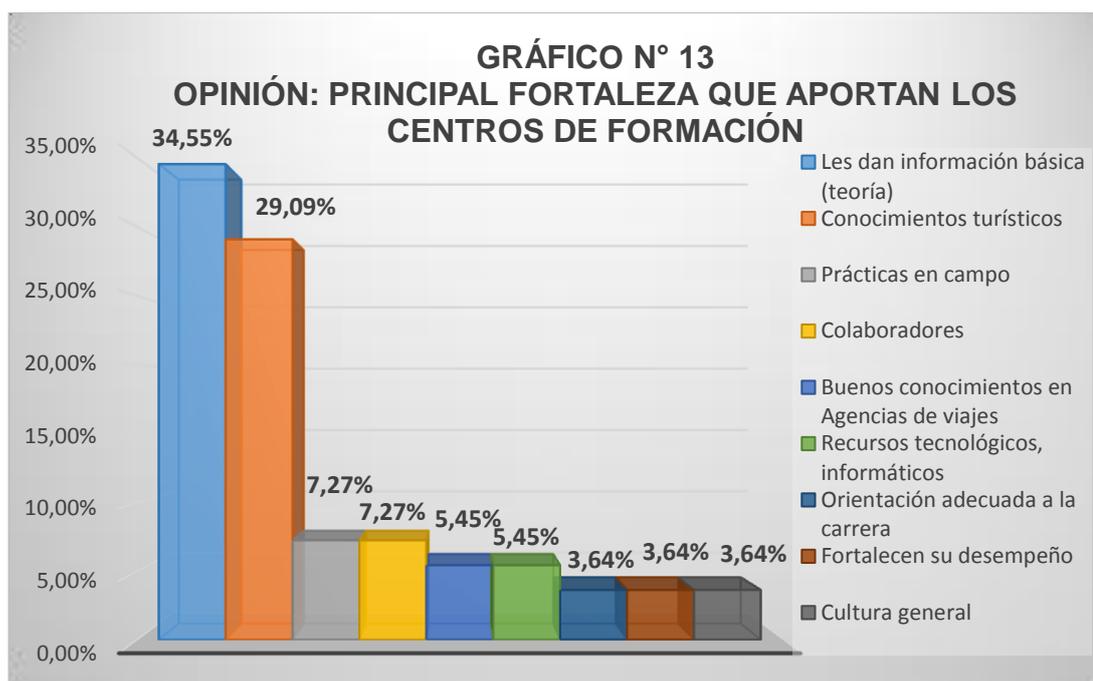
El gráfico N° 12 muestra los resultados obtenidos al consultar la opinión de los empleadores acerca de las debilidades de su personal que no son debidamente atendidas por los centros de formación, siendo los resultados: 49.09% opina que la principal debilidad radica en el dominio de idiomas, 14.55% que falta práctica en su formación, otras debilidades mencionadas como importantes con un 5.45% son: falta de iniciativa, de

capacidad resolutoria, que no se les enseña cómo guiar y no se les enseña atención al cliente.

TABLA N° 13

OPINIÓN: PRINCIPAL FORTALEZA QUE APORTAN LOS CENTROS DE FORMACIÓN

FORTALEZA	F	Fp
Les dan información básica (teoría)	19	34.55%
Conocimientos turísticos	16	29.09%
Prácticas en campo	4	7.27%
Aprenden a ser colaboradores	4	7.27%
Buenos conocimientos en Agencias de viajes	3	5.45%
Recursos tecnológicos, informáticos	3	5.45%
Orientación adecuada a la carrera	2	3.64%
Fortalecen su desempeño	2	3.64%
Cultura general	2	3.64%
	55	100%



INTERPRETACIÓN:

El gráfico N° 13 muestra los resultados obtenidos al consultar la opinión de los empleadores acerca de las fortalezas en su personal que han sido aportadas por los centros de formación, siendo los resultados los siguientes: Un 34.55% opina que la principal fortaleza es el dominio de la teoría, específicamente conocimientos básicos),

29.09% considera que son los conocimientos turísticos, un 7.27% señalan como más importantes las prácticas de campo y que aprenden a ser colaboradores, se menciona también los conocimientos sobre agencias de viajes y el manejo de recursos tecnológicos.

4.2. Discusión de resultados

A continuación se presenta la contrastación de las hipótesis a la luz del marco teórico y los resultados estadísticos obtenidos con el instrumento de recolección de datos.

Teniendo en cuenta la hipótesis general; en ella se manifiesta que:

“El perfil del egresado de la carrera profesional de turismo no cubre las necesidades de las agencias de viajes de la provincia de Ica”.

La presente investigación se desarrolló en el marco de la línea investigativa en el área de formación en turismo que indica que las competencias laborales pueden ser definidas como un conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, de acuerdo a los estándares históricos y tecnológicos vigentes. (Catalano A. y otros, 2004, pp 40), considerando que cada competencia viene a ser un aprendizaje complejo que integra las siguientes dimensiones: Un componente conceptual (saber), un componente procedimental (saber hacer) y un componente actitudinal (ser). (MINEDU, 2001).

Al revisar la bibliografía se halló un estudio realizado en México por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2015) existe una “escasez de empleados, ya que más de un tercio de los empresarios encuestados han tenido dificultades para reclutar directivos calificados, y más del 40% han tenido dificultades para reclutar personal capacitado o parcialmente capacitado”.

Ahora bien, y en contraste con lo anterior, en lo que concierne a las necesidades actuales de las agencias de viajes, al interrogar sobre si los profesionales actualmente las cubren, el 76.36% de los encuestados respondió que sí totalmente, mientras que 23.64% respondieron que parcialmente, realidad que ha sido posible gracias a la apertura de diferentes escuelas universitarias y técnicas formadoras en turismo que han conseguido cubrir en pocos años los vacíos que padecían las agencias de viajes anteriormente. Es notable señalar que el volumen de candidatos es interesante, sin embargo aún quedan espacios por cubrir y necesidades no satisfechas, debido a que los alumnos y profesionales en muchas ocasiones no tienen la preparación o las cualidades necesarias, y la empresa tras esta comprobación, desiste de continuar haciendo uso de sus servicios.

Respecto al perfil que actualmente hallan los empresarios en nuestros egresados, en opinión de los empleadores acerca de las competencias que determinan el desempeño de sus trabajadores actuales: prácticamente la totalidad de las respuestas reconocen como bueno o muy bueno el desempeño de los mismos en todas las competencias destacadas en la labor de una agencia de viajes y turismo, a excepción de algunas competencias que, no todos los empresarios sugieren que se encuentran en déficit, sin embargo todos coinciden en que es muy difícil encontrar nuevos talentos para incorporarlos a su staff.

Con todo lo manifestado, y considerando que nuestra hipótesis general afirma que “el perfil del egresado de la carrera profesional de turismo no cubre las necesidades de las agencias de viajes de la provincia de Ica”, se concluye afirmando que el perfil del egresado de la carrera profesional de turismo sí cubre las necesidades de las agencias de viajes de la provincia de Ica, hecho que niega la hipótesis planteada.

Respecto a las Hipótesis específicas

La H.E.1, afirma que ***“Existen fortalezas y debilidades en la formación profesional de los egresados de la carrera profesional de turismo según la percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica”***. Queda demostrado que las agencias de viajes de nuestra provincia consideran como debilidades no atendidas debidamente por los centros de formación: dominio de idiomas, falta de práctica en su formación, falta de iniciativa, capacidad resolutoria, no les enseñan a guiar ni atención al cliente, deficiencia en las relaciones interpersonales e innovación de paquetes turísticos y como fortalezas otorgadas por los centros de formación: dominio de teoría, conocimientos turísticos, prácticas de campo, que aprendan a ser colaboradores, conocimientos sobre agencias de viajes, manejo de recursos tecnológicos, orientación adecuada a la carrera, que fortalecen su desempeño y adquieren cultura general, hecho que valida la hipótesis planteada.

Respecto a la H.E.2, *“El perfil actual del egresado de la carrera profesional de turismo difiere del que plantean las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica.”*, las competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica incluyen: poseer estudios formales en turismo, dominio de idiomas, cualidades de cordialidad / amabilidad / buen trato al cliente, agilidad / dinamismo, habilidades comunicacionales, compromiso / colaborador con la agencia, que se capacite, dominio del guiado, puntualidad, responsabilidad, saber tomar decisiones, conocimientos de computación, iniciativa, conocimientos de counter, capacidad para trabajar bajo presión, cumplimiento de objetivos / metas de la agencia, buena presencia y empatía. La Universidad Alas Peruanas propone una preparación destinada a que el egresado adquiera competencias y capacitación para: crear y gestionar empresas de la actividad turística, hotelera y gastronómica, elaborar inventarios turísticos nacionales, programar, desarrollar y comercializar productos y

circuitos turísticos innovadores, elaborar y ejecutar planes y proyectos de desarrollo turístico, gestionar la prestación de servicios turísticos, hoteleros y gastronómicos, brindar asesoría técnica, y consultorías en temas turísticos, hoteleros y gastronómicos, como se puede apreciar hay una diferencia respecto a las expectativas de las agencias que enfatizan mucho la necesidad de formar en idiomas y en el componente actitudinal de la formación, por lo que se considera válida la hipótesis planteada.

CONCLUSIONES

1. En opinión de los empleadores acerca de las competencias que determinan el desempeño de sus trabajadores: prácticamente la totalidad de las respuestas reconocen como bueno o muy bueno el desempeño de sus trabajadores en todas las competencias destacadas en la labor del trabajador de una agencia de viajes y turismo, principalmente cualidades personales (35 de 55 agencias lo catalogaron como muy bueno), hallándose un pequeño margen de negatividad en manejo de recursos tecnológicos, relaciones interpersonales, cualidades personales, habilidades comerciales, habilidades comunicacionales, capacidad resolutive y conocimientos idiomáticos.
2. Las competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica incluyen: poseer estudios formales en turismo (21.06%), dominio de idiomas (14.04%), poseer las cualidades de cordialidad / amabilidad / buen trato al cliente (12.28%), agilidad / dinamismo (10.53%), habilidades comunicacionales (8.78%), que sea comprometido / colaborador con la agencia y que se capacite (5.27%), dominio del guiado y puntualidad (3.51%). También se mencionaron: responsable, que sepa tomar decisiones, conocimientos de computación, con iniciativa, conocimientos de counter, capacidad para trabajar bajo presión, que cumpla los objetivos / metas de la agencia, buena presencia y empatía.
3. Las debilidades no atendidas debidamente por los centros de formación, según opinión de los encuestados son: dominio de idiomas (49.09%), falta práctica en su formación (14.55%), falta de iniciativa, capacidad resolutive, no les enseñan a guiar ni atención al cliente (5.45%), también se mencionaron deficiencias en relaciones interpersonales y en la innovación de paquetes turísticos.
4. Las fortalezas aportadas por los centros de formación, según opinión de los encuestados son: dominio de la teoría (conocimientos básicos): (34.55%), conocimientos turísticos (29.09%), prácticas de campo y que aprenden a ser colaboradores (7.27%), conocimientos sobre agencias de viajes y manejo de recursos tecnológicos (5.45%), se mencionan también: orientación adecuada a la carrera, fortalecen su desempeño y adquieren cultura general.

5. Respecto a las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica, al interrogar sobre si los profesionales actualmente cubren las necesidades de la agencia, el 76.36% respondió que sí totalmente, mientras que 23.64% respondieron que parcialmente, lo que ofrecería un espacio de requerimiento de personal para cubrir las necesidades de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. En términos generales los empleadores tienen una opinión positiva del desempeño de los trabajadores de las agencias de viajes, lo que podría propiciar un acercamiento para lograr la aceptación de más practicantes y egresados de nuestra casa de estudios.
2. Se sugiere recomendar a las autoridades de nuestro centro de estudios que consideren elevar los niveles de exigencia en idiomas, sobre todo conversación.
3. Los docentes deben tener en cuenta también que otros aspectos muy valorados actualmente por las agencias de viajes son: el desarrollo de las habilidades comunicacionales y que el egresado sepa guiar, para ambos, el alumno debe desarrollar un intenso trabajo que propicie el desarrollo de su capacidad de síntesis y expresiva.
4. Es importante resaltar la importancia de desarrollar la vertiente actitudinal, pues son muy apreciadas cualidades como: cordialidad, amabilidad, buen trato, agilidad, dinamismo, compromiso, puntualidad, etc.
5. Incentivar la realización de estudios más profundos que determinen con mayor precisión las necesidades y problemática de las agencias de viajes en cada uno de sus puestos laborales existentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Hernández K. y Mozombite Grández C. (2013). Propuesta del perfil profesional del recién egresado de administración de empresas basado en sus competencias genéricas y específicas que requieren hoy en día las principales empresas del departamento de Lambayeque. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Facultad de Ciencias Empresariales. Chiclayo, Perú.
- Ávila Rosas, Lorena. El desempeño laboral de los egresados de la Licenciatura en Administración de la UAQ, en la opinión de los empleadores. Universidad Autónoma de Querétaro, México 2012. Pp. 24
- Becerra, Ana María, Las competencias que demanda el mercado laboral de los profesionales del campo económico-empresarial en la actualidad, 2010. Documento de Discusión. Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Catalano A., Avolio De Cols S., Sladogna M. Diseño curricular basado en normas de competencia laboral Conceptos y orientaciones metodológicas, 1º Ed.-Buenos Aires: Banco Interamericano de Desarrollo, 2004. Pp. 40
- CINDA: Centro Interuniversitario de Desarrollo. Diseño curricular basado en competencias y aseguramiento de la calidad en la educación superior. Santiago de Chile, 2014. Pp. 19. Gráfico U.S. Department of Education, National Center for Education Statistics. Defining and Assessing Learning: Exploring Competency-Based Initiatives. Washington, D.C.: U.S. Department of Education, National Center for Education Statistics, 2001.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. Informe: Tendencias de talento global y problemas para el sector de Viajes y Turismo. 2015.
- Constitución Política del Perú, Artículos 14 y 18. Promulgada el 29-12-93
- Diccionario de la Real Academia Española. 23ª edición (2014)

- Días Barriga F., Lule, M., Rojas, S., Saad, S. Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior. México D.F. Trillas, 1990
- INEI. Clasificador de carreras de educación superior y técnico-productivas (Versión 1)
- Glosario de Términos Técnicos Pp. 10. Se encuentra disponible en http://www.oei.es/etp/certificacion_competencias_profesionales_glosario.pdf
- Gómez de Lunar, Vicdalia. 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. Isla Margarita, Venezuela. Publicado en la Revista Gestión Turística N° 11, Jun 2009, pp 62 y 63.
- Granados Maguiño, Mauro. Empleo con profesionalización en el sector turismo. Pp. 28. Artículo. Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 13, N° 26, Lima, diciembre 2010).
- Hernández Sampieri, R. Metodología de la Investigación. México. McGraw Hill. 1991. Pp. 244, 247,
- Hernández Sampieri R., Collado Fernández C., Lucio Baptista P. Metodología de la investigación 2003. Mc. Graw- Hill, Interamericana, MéxicoD.F. 2003. Pp. 01. Disponible en <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/files/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- Ley N° 30220, Diario Oficial "El Peruano", Lima, Perú, 08 julio 2014. Capítulo I, Art. 6, 6.2, Capítulo V, artículo 40, Capítulo X, Art. 105 y 109.
- Marelli A. 2000. Introducción al análisis y desarrollo de modelos de competencia. Documento de trabajo. Toronto. Tomado de San Martín A. Competencias básicas de los egresados de la facultad de odontología de la universidad veracruzana región Poza Rica – Tuxpan, México. Universidad de Granada, 2012.
- Ministerio de Educación del Perú. Competencias necesarias para la creación y gestión exitosa de pequeñas y microempresas en el Perú. Lima, Perú 2001.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, MTPE. (2006). Encuesta sobre clasificación de los trabajadores y sus competencias laborales en el sector turismo 2006. Lima: Dirección Nacional de Promoción del Empleo y Formación Profesional, Dirección Nacional de Formación Profesional y Desarrollo de los Recursos Humanos.

Ministerio del Turismo y Deporte del Uruguay. (2010) Manual práctico para la creación y estructuración de productos turísticos. Pp. 63.

OITa: CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS PROFESIONALES

OITb: Red de Institutos de Formación Profesional. Metodologías para la elaboración de Normas Técnicas, Diseños curriculares y evaluaciones por competencias laborales. 2014. Pp 8. Costa Rica.

Peña, Arline y Lunar Leandro Rafael. Opinión del sector empleador público sobre el desempeño laboral del Licenciado en Turismo egresado de la Universidad de Oriente, Núcleo Nueva Esparta Universidad de Oriente, Núcleo de Nueva Esparta (Venezuela). Publicado en la Revista Pasos Vol. 4 N° 2 págs. 235-254. 2006. Pp. 249 – 251

Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR. 2007. Manual de Buenas Prácticas – Agencias de Viajes y Turismo. P. 59 - 60)

Regalado Pezúa, O. & Oré, C. (2009) La educación superior en turismo y las necesidades reales del mercado. Lima: ESAN.

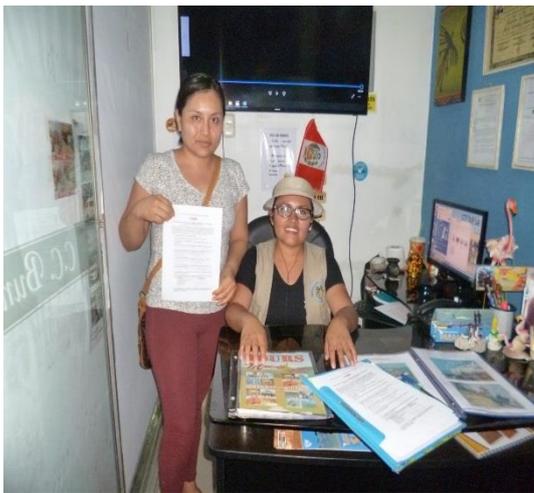
Reglamento General de la Universidad Alas Peruanas, Aprobado con Resolución Rectoral N°7800 – UAP, Arts. 3, 7, 18, 129 y 132.

Secretaría de Educación Pública de México. Competencias de personas y perfiles ocupacionales – sector turismo y restaurantero. México 2012.

Tobón, Sergio: Aspectos básicos de la formación basada en competencias. Universidad de Talca: Proyecto Mesesup. 2006. Chile.

Vargas, J. (2001). Las reglas cambiantes de la competitividad global en el nuevo milenio. Las competencias en el nuevo paradigma de la globalización. Revista Iberoamericana de educación. OIE. Biblioteca digital. <http://www.oie.es>.

ANEXOS





MATRIZ DE CONSISTENCIA

"PERFIL PROFESIONAL BASADO EN COMPETENCIAS DEL EGRESADO DE LA CARRERA DE TURISMO QUE REQUIEREN LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE ICA"					
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es el perfil basado en competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica?</p> <p>PE1. ¿Cuáles serán las fortalezas y debilidades en la formación recibida por los mencionados egresados según percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica con independencia de la institución de la que proceden?</p> <p>PE2. ¿Cuáles serán las</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Conocer el perfil basado en competencias del egresado de la carrera de turismo que requieren las agencias de viajes de la provincia de Ica.</p> <p>OE1. Determinar cuáles son las fortalezas y debilidades en la formación recibida por los egresados de la carrera profesional de turismo según percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica con independencia de la institución de la que proceden.</p> <p>OE2. Conocer las necesidades futuras de las agencias de</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>El perfil del egresado de la carrera profesional de turismo no cubre las necesidades de las agencias de viajes de la provincia de Ica.</p> <p>HE1. Existen fortalezas y debilidades en la formación profesional de los egresados de la carrera profesional de turismo según la percepción de los responsables de las agencias de viajes de la provincia de Ica.</p> <p>HE2. El perfil actual del egresado de la carrera</p>	<p>Perfil del egresado de la carrera de turismo requerido por las Agencias de Viajes y Turismo de la provincia de Ica</p>	<p>Perfil del empleado que requiere la empresa</p> <p>Contratación de egresados de la UAP - Ica</p> <p>Vías Utilizadas para la contratación</p> <p>Existencia de un programa de acogida o inserción para nuevos empleados</p>	<p>Si ya está establecido en las políticas de la empresa</p> <p>Si No</p> <p>1. Ex -practicantes contratados 2. Convocatoria por redes sociales 3. Solicitud a la Dirección de la Escuela 4. Recomendación de amistades 5. Otra</p> <p>1. Tutoría personalizada 2. Curso de capacitación 3. Período de prueba monitorizada 4. Otro</p>

<p>necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica respecto al perfil del egresado de la carrera profesional de turismo?</p>	<p>viajes de la provincia de Ica respecto al perfil del egresado de la carrera profesional de turismo.</p>	<p>profesional de turismo difiere del que plantean las necesidades futuras de las agencias de viajes de la provincia de Ica.</p>		<p>Opinión del desempeño del profesional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relación entre la teoría y la práctica 2. Actualización de conocimientos 3. Recursos tecnológicos limitados o no 4. Relaciones interpersonales 5. Cualidades personales (amabilidad, agudeza auditiva, negociación, persuasión, responsabilidad, etc.) 6. Habilidades comerciales 7. Habilidades comunicacionales 8. Orientación al cliente 9. Orientación al servicio 10. Proactividad y capacidad resolutive 11. Conocimientos idiomáticos 12. Conocimientos informáticos 13. Capacitación especializada 14. Cultura general 15. Otros
---	--	--	--	--	---



CUESTIONARIO APLICADO A ADMINISTRADORES DE AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE ICA

Solicitamos su colaboración respondiendo a este sencillo y rápido cuestionario (le llevará 5 minutos), en el marco de una investigación sobre **“PERFIL PROFESIONAL BASADO EN COMPETENCIAS DEL EGRESADO DE LA CARRERA DE TURISMO QUE REQUIEREN LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE ICA”**. El cuestionario es confidencial y anónimo, los datos recopilados y extraídos de la misma serán tratados y analizados para los fines estadísticos de dicho estudio, nunca con carácter personal o privado. GRACIAS.

- A. Tiempo de operación de la Agencia de Viajes.**
.....
- B. Número de trabajadores y practicantes que laboran en su empresa.**
 Trabajadores Practicantes
- C. ¿La empresa tiene establecido el perfil profesional que requiere en sus empleados?**
 Sí No
- D. Mencione las competencias más importantes dentro del perfil del profesional en turismo requerido en su Agencia de Viajes.**

- E. Institución de procedencia de los alumnos que han realizado prácticas en su empresa (Indique el número de practicantes de cada institución).**
 Universidad Nac. San Luis Gonzaga Universidad Alas Peruanas
 Instituto CEVATUR Instituto TELESUP
 Otras instituciones (mencione):
- F. Institución de procedencia de los profesionales que laboran en su empresa**
 Universidad Nac. San Luis Gonzaga Universidad Alas Peruanas
 Instituto CEVATUR Instituto TELESUP
 Otras instituciones (mencione):
- G. ¿Cuál es la principal razón de su preferencia por los profesionales formados en una determinada institución?**

- H. ¿Los profesionales que actualmente se desempeñan en su empresa cubren las necesidades de la empresa?**
 Sí Parcialmente No
- I. ¿Cómo seleccionó a los empleados que laboran en su empresa? Señale la modalidad más frecuente como "1", la segunda en frecuencia como "2", etc. (señale solo las utilizadas)**

N° según frecuencia	Modalidad de selección
	Ex -practicantes contratados
	Convocatoria por redes sociales
	Solicitud a la Dirección de la Escuela Profesional
	Recomendación de amistades
	Otra (mencione)

J. Opinión del desempeño actual de sus trabajadores

COMPETENCIA	Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo
Relación entre la teoría y la práctica					
Actualización de conocimientos					
Recursos tecnológicos					
Relaciones interpersonales (habilidad para interactuar con otros)					
Cualidades personales (amabilidad, agudeza auditiva, negociación, persuasión, responsabilidad, etc.)					
Habilidades comerciales					
Habilidades comunicacionales					
Orientación al cliente					
Orientación al servicio					
Proactividad					
Capacidad resolutive					
Conocimientos idiomáticos					
Conocimientos informáticos					
Capacitación especializada					
Cultura general					

K. Principal debilidad que según su opinión no son atendidas debidamente por los centros de formación.

.....

.....

L. Principal fortaleza que aportan los centros de formación.

.....

.....

.....