



UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

**PERFIL PROFESIONAL Y DEMANDA LABORAL DE LOS EGRESADOS
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL "SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO" 2013 AL 2016**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO**

Autoras:

Bach. Jaky Indira Ventura Gómez

Bach Karina Estéfani Nolasco De La Vega

Asesor:

Dr. John Alex Díaz Ledesma

HUARAZ, PERÚ, 2016

Modalidad Programa de Tesis Profesional

Miembros de los Jurados:

.....

Dr. Marcos Rosamel Espinoza Maguiña

Presidente

.....

Mag. Guillermo Napoleón Peláez Díaz

Secretario

.....

Lic. Tur. Robert Percy Jamanca Anaya

Vocal

Dedicatoria

A mis padres: Delfina Gómez y Víctor Ventura, quienes son mi mayor fuerza para seguir logrando éxitos en mi vida profesional y cumplir con mis metas y por el apoyo incólume que me brindan día a día.

Jaky

De manera especial a Mis Abuelos; a mi madre y mis tías, de quienes he recibido apoyo de manera incondicional, por el esfuerzo invertido en mi desarrollo y consejos brindados para mi superación personal y profesional.

Karina

Agradecimiento

A nuestro asesor, Dr. John Augusto Díaz Ledesma quien nos orientó en el proceso de investigación de la tesis y docentes especialmente al Mg. Arturo Rondón Neglía, quien nos ayudó a cumplir una etapa, concretizando cristalizando en nuestra formación profesional así mismo al Dr. Félix Lirio Loli docente muy elogiado y considerado.

Las Tesistas

ÍNDICE

Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
1. INTRODUCCIÓN	1
2. HIPÓTESIS.....	5
2.1. Hipótesis general.....	5
2.2. Hipótesis específicas	5
2.3. Definición de Variables	5
2.4. Operacionalización de Variables	6
3. MARCO TEÓRICO	7
3.1. Antecedentes de la Investigación	7
3.2. Bases Teóricas.....	14
A. Perfil Profesional	14
A.1. Definición de currículo.....	14
A.2. Fundamentos Epistemológicos del currículo:.....	14
A.3. Currículo: Concepto Epistemológico	14
A.4. Currículo universitario:	16
A.5. Planes de Estudio	19
A.6. Perfil Profesional	22
A.7. Características del Perfil	23
A.8. Tipos de perfiles de las carreras:	23
A.9. Conformación de los perfiles:.....	25
A.10. Dimensiones del perfil profesional	27
B. Demanda Laboral.....	33

B.1. Concepto.....	33
B.2. Oferta en el mercado laboral.....	34
B.3. Demanda Laboral.....	34
B.4. Dimensiones de la Demanda Laboral	35
B.5. Moldeado del trabajo.....	35
B.5.1. Concepto de puesto	37
B.5.2. Diseño de puestos.....	39
B.5.2.1.1. Modelos del diseño de puestos.....	41
B.5.2.1.2. Modelo clásico o tradicional	41
B.5.2.1.3. Modelo humanista	46
B.5.2.1.4. Modelo de las contingencias	46
Concepto de descripción de los puestos	50
Concepto de análisis de los puestos	51
2.3. Definición de Términos.....	54
4. MATERIALES Y MÉTODOS.....	56
4.1. Tipo de Estudio.....	56
4.2. Diseño de Investigación.....	56
4.3. Población	57
4.4. Unidad de Análisis y Muestra	57
4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos	58
4.6. Análisis estadístico e interpretación de datos	59
4.7. Ética de la Investigación	59
6. DISCUSIÓN	86
7. CONCLUSIONES	94

8. RECOMENDACIONES	95
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
. Matriz de Consistencia.....	101

Índice de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables	6
Tabla 2: Características del perfil.....	23
Tabla 3: Tipos de perfil.....	25
Tabla 4: Área de dominio esencial en su desempeño.....	60
Tabla 5: Meses en los que brindó sus servicios.....	60
Tabla 6: Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo	61
Tabla 7: Desarrolla ideas emprendedoras y/o novedosas en su puesto de trabajo	61
Tabla 8: Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo	61
Tabla 09: En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas.....	62
Tabla 10: Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos	62
Tabla 11: Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos	62
Tabla 12: Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	63
Tabla 13: Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales.....	63
Tabla 14: Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico.....	63
Tabla 15: Demuestra conocimiento en ejercer la gerencia en área de turismo	64

Tabla 16: Tiene conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo	64
Tabla 17: Demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos	64
Tabla 18: En su trabajo le permiten desarrollar múltiples funciones (Variedad)	65
Tabla 19: Tiene libertad en su centro de labor para planear y programar su trabajo (Autonomía)	65
Tabla 20: Puede escoger el lugar y método de trabajo (Autonomía)	65
Tabla 21: Se siente estable es su puesto de trabajo (Autonomía)	66
Tabla 22: Cree que en su puesto de trabajo consideran importante las experiencias laborales (Significado de las tareas)	66
Tabla 23: Considera que las funciones que desempeña pertenecen al área de turismo (Significado de las tareas)	66
Tabla 24: Está de acuerdo con el cargo que desempeña en su puesto de trabajo (Significado de las tareas).....	67
Tabla 25: Está satisfecho con su puesto de trabajo en el tipo de institución que labora (Identidad de las tareas).....	67
Tabla 26: Considera acertada la evaluación en su puesto de trabajo (Retroalimentación).....	67
Tabla 27: Se siente realizado como profesional en turismo en su puesto de trabajo (Retroalimentación).....	68
Tabla 28: Califica positivamente el perfil profesional de la Escuela de Turismo (Perfil profesional)	68

Tabla 29: Considera que el perfil profesional está de acuerdo a la demanda del mercado laboral (Perfil profesional)	68
Tabla 30: Tiene satisfacción de la formación profesional que recibió en la universidad (Perfil profesional).....	69
Tabla 31: Cree que existen buenas oportunidades de trabajo como profesional en turismo (Demanda laboral).....	69
Tabla 32: Compite con profesionales relacionados a otras áreas (Demanda laboral)	69
Tabla 33: Cree que las instituciones privadas y públicas ofrecen oportunidades laborales a los profesionales en Turismo (Demanda laboral)	70
Tabla 34: Está convencido que su institución y/o empresa en el futuro requerirá profesionales en turismo (Demanda laboral)	70
Tabla 35: A su opinión, considera que el perfil profesional se relaciona con la demanda laboral (Demanda laboral).....	70
Tabla 36: Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo * Demanda laboral.....	71
Tabla 37: Desarrolla ideas emprendedora y/o novedosas en su puesto de trabajo * Demanda laboral	71
Tabla 38: Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo * Demanda laboral	72
Tabla 39: En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas * Demanda laboral	73
Tabla 40: Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos * Demanda laboral	73

Tabla 41: Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos *	
Demanda laboral.....	74
Tabla 42: Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	
* Demanda laboral	75
Tabla 43: Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores	
profesionales * Demanda laboral	75
Tabla 44: Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista	
en marketing turístico * Demanda laboral	76
Tabla 45: Demuestra conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo *	
Demanda laboral.....	77
Tabla 46: Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector	
turismo * Demanda laboral.....	77
Tabla 47: Demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de	
servicios turísticos * Demanda laboral	78
Tabla 48: Evaluación cuantitativa y cualitativa por indicador de cada variable	80

Índice de Figuras

Figura 1: Procedimientos para la caracterización de profesiones	26
Figura 2: Modelado del trabajo.....	36
Figura 3: Diseño de puestos	39
Figura 4: Tipos de modelados de puestos	50

Resumen

El objetivo de la investigación ha sido determinar la relación del perfil profesional y la demanda laboral en los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM entre el 2013 al 2016.

De acuerdo a la orientación es aplicada. Esta investigación es considerada de tipo correlacional. Está formada por 03 poblaciones: Población 01; que está conformada por 72 egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la Ciudad de Huaraz, que egresaron entre el periodo de 2013-2016, los cuales están registrados en la base de datos de la dirección de la Escuela Profesional de Turismo; y se le aplicó una encuesta, Población 02: conformada por los 10 Gerentes, Administradores y/o representantes de las instituciones públicas y privadas. A quienes se les aplicó una encuesta. Población 03: Conformada por 01 Director de la Escuela Profesional de Turismo – UNASAM, a quien se le aplicó una entrevista.

Como conclusión, el estudio demuestra que el perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del año 2013 al año 2016. Se aprecia que las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM. Se evidencia que las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM. Los resultados muestran que el conocimiento para diseñar planes y la habilidad para desarrollar investigación tienen niveles bajos (48.6%)

Palabras Clave: Perfil profesional, demanda laboral.

Abstract

The objective of this research has been to determine the relation of the professional profile and the labor demand of the graduates of the professional school of Tourism of the UNASAM (Huaraz, Peru) between 2013 to 2016.

According to the guidance is applied. This research is considered to be a correlational one since it aimed to determine the relationship between the professional profile and the labor demand of graduates of the Professional School of Tourism of UNASAM from 2013 to 2016. It is also descriptive, because it characterizes both variables independently and in A specific moment (specific objectives). The population was represented by 72 graduates of the School of Tourism of the (2013-2016).

The study shows that the professional profile is significantly related to the labor demand of graduates of the Professional School of Tourism of UNASAM from 2013 to 2016. It can be seen that the competences are significantly related to the labor demand of the graduates of the Professional School of Tourism of UNASAM. It is evident that the capacities are significantly related to the labor demand of the graduates of the Professional School of Tourism of UNASAM. In other words, the ability to work as a team of graduates; The ability to design and execute entrepreneurial initiatives, the ability to exercise leadership in professional work linked to tourism and the ability to make administrative management in tourism activities are directly related to the labor demand determined by the corresponding market.

Keywords: Professional profile, labor demand.

1. INTRODUCCIÓN

Los egresados de la Escuela Profesional de Turismo, vienen laborando como profesionales en las instituciones públicas y privadas en algunas de las áreas de dominio del perfil profesional, como todo profesional atraviesa diferentes problemas. Con ello queda claro que muchos egresados no tienen las capacidades y competencias que el mercado laboral requiere para insertarse en el puesto laboral.

Por otro lado, Peñaloza (2005), sostiene el primer medio para lograr el fin de la educación es el currículo, en el que se indican y armonizan un conjunto de experiencias que los educandos deben vivir. Así mismo menciona que los perfiles de las carreras no valen nada y pueden resultar sólo un ejercicio especulativo, si los contenidos de los currículos y la manera de organizarlos contradicen a los objetivos de dichos perfiles o se desvían de ellos. En ese sentido, las instituciones de educación superior es decir la universidades públicas y/o privadas cumplen un papel muy importante en el contexto socio político, económico y cultural de una nación por el compromiso que tiene como agente de cambio a través de la educación e investigación, por tanto se debe buscar una relevancia y pertinencia de los perfiles profesionales de las carreras de turismo y por ende de la mejora continua de los currículos por medio de la vigencia, diversificación y evaluación pertinente.

Podemos afirmar que, en su mayoría los profesionales, egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM hasta la actualidad, desconocen casi todas las exigencias que buscan el mercado laboral actual debido a que no se

conoce y/o fortalece el perfil profesional acorde con las exigencias de la demanda laboral que se presentan los mismos.

En las ciudades de Cusco, Lima, Arequipa, La Libertad y Puno hay oportunidades de trabajo para profesionales en Turismo por el mismo hecho de que existe mayor demanda turística y porque los involucrados en el sector se esfuerzan por trabajar de forma organizada Arbulu,(2016). El primer problema que enfrentan la gran mayoría de los profesionales egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM es que no cuentan con los conocimientos teóricos y prácticos suficientes, debido a que no se les han brindado y transferido herramientas, tecnologías y conocimientos por tanto no reúnen las competencias que requiere la demanda laboral, asimismo no cuentan con competencias y capacidades para poder proponer alternativas de solución, ya que hace algún tiempo atrás, las empresas privadas seguido las instituciones públicas han cambiado sus exigencias respecto al perfil de los trabajadores en turismo, además 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.

Así mismo El currículo y/o plan de estudios se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos ya que permite que las áreas de dominio estén bien establecidas del perfil profesional de la carrera profesional (Ley Universitaria N° 30220) y las formas de integración a un puesto de trabajo, la demanda actual reta al trabajador a adaptarse a las nuevas tecnologías, nuevas formas de organización y gestión, innovación en los procesos y a las nuevas formas de interacción entre las personas lo cual muchos

de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM no llegan a cubrir las expectativas laborales en las empresas o instituciones públicas de turismo; como segundo problema que enfrentan es la falta y poca oportunidad de empleo, existe una gran competencia entre los profesionales en turismo y otros con diferentes formaciones, tanto en las instituciones privadas y públicas ya que los puestos de trabajo en su mayoría son ocupados por administradores, economistas, profesores, etc., esto hace que se sientan desmotivados y que busquen nuevas áreas de trabajo, finalmente se desempeñan en otras áreas y no en la que fue formada ya que tienen necesidades básicas que cubrir. Por lo tanto, los egresados de la Escuela Profesional de turismo se enfrentan con muchas barreras al intentar insertarse en el mercado profesional.

Como problema general se formuló la interrogante; ¿cuál es la relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016?; como específicos ¿cómo se relacionan las competencias con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016? Y ¿cómo se relacionan las capacidades con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016?

Para ello se formuló como objetivo general; determinar la relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016. Como objetivos específicos se definieron; determinar la relación de las competencias con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016; y determinar la relación de las capacidades con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM.

Finalmente el estudio permitirá a las autoridades académicas evaluar y mejorar el perfil profesional de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo y tener mayor información sobre las competencias y capacidades que exige la demanda laboral de las instituciones públicas y privadas así como también se presenta un instrumento de recojo de información validado que podrá ser usado por cualquier investigador o interesado en profundizar las temáticas en el campo de la doctrina curricular en la Educación superior.

2. HIPÓTESIS

2.1. Hipótesis general

El perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

2.2. Hipótesis específicas

He 1: Las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

He2: Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

2.3. Definición de Variables

Variables:

Variable Independiente

Perfil profesional = X_1

Variable Dependiente

Demanda laboral = X_2

X_1

r

X_2

2.4. Operacionalización de Variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Tipo de Var
<p>Independiente:</p> <p>(Perfil profesional)</p> <p>Son un 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.</p> <p>Fernández, (2007)</p>	Capacidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de trabajo en equipo. 2. Capacidad emprendedora. 3. Capacidad de liderazgo en área de turismo. 4. Capacidad de gestionar actividades turísticas. 	Cualitativo
	Competencias	<ol style="list-style-type: none"> 5. Conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos. 6. Conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos. 7. Habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo 8. Habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales 9. Habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico 10. Conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo. 11. Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo 12. Habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos. 	
<p>Dependiente:</p> <p>(Demanda laboral)</p> <p>Son los puestos que demandan las empresas y que deben ser cubiertos por trabajadores que se adecuen a los requisitos exigidos por ella. La demanda la constituyen la totalidad de puestos de trabajo vacantes, que son ofrecidos por las empresas a los trabajadores.</p> <p>Fontana, (2003).</p>	Puestos de Trabajo	<ol style="list-style-type: none"> 13. Variedad 14. Autonomía 15. Significado de las tareas 16. Retroalimentación 17. Tiempo de labor 18. Estabilidad laboral 19. Cargos que desempeña un egresado en turismo. 	Cuantitativo

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de la Investigación

A Nivel Regional:

Beltrán & Córdoba (2007), en su tesis titulada ***“La calidad educativa y la inserción laboral en el mercado laboral de los egresados de economía del periodo 2002 – 2006”*** UNASAM, Tesis para optar el título profesional de economía, concluyeron que: El perfil profesional de los estudiantes de economía no satisfacen los requerimiento del mercado laboral, debido a que las empresas manifiestan que los egresados salen con conocimientos básicos, que en su gran mayoría son superados por los conocimientos que requieren los puestos de trabajo.

La investigación reveló que el nivel de competitividad de los egresados no se ajustan totalmente a las competencias requeridas por el mercado laboral en un primer momento, esto debido a que los egresados tienen que pasar por un periodo de aprendizaje (dos meses aproximado) del puesto de trabajo, para que estos puedan cumplir con las metas y objetivos trazados por las instituciones.

Martínez & Robles (2006) en su tesis titulada ***“La Formación profesional del contador egresado de las Universidades de la Ciudad de Huaraz y su competitividad en el mercado laboral”*** Tesis para obtener el grado de título de contador, llegaron a la conclusión que: Las escuelas de contabilidad, no convocan a los jefes de las entidades públicas y privadas para la reestructuración del currículo de estudios para saber cuál es el requerimiento profesional que necesitan dichas entidades.

A Nivel Nacional:

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, (2015) Los principales resultados de la encuesta de demanda ocupacional en el sector turismo (Restaurantes, Hoteles y Agencias de Viajes) llegan a las siguientes conclusiones: Que las empresas del sector turismo requerirán 5856 trabajadores, de los cuales en el subsector restaurantes se requerirán 4593 trabajadores, en el sector hoteles 1 071 trabajadores y en las agencias de viajes 192 trabajadores.

Las ocupaciones más requeridas por las empresas del subsector restaurantes se encuentran relacionadas con el dinamismo del turismo, por lo que demandará principalmente: empleados/comida rápida, mozos, cocineros y chefs, cajeros de restaurantes, ayudantes de cocina, entre los principales. En el subsector hoteles, las ocupaciones más requeridas serían los mozos, cocineros, chefs, recepcionistas, camareros, hotelería, cuarteros y botones, entre otros.

El grupo ocupacional más requerido por el sector turismo sería de los trabajadores de los servicios (3712), seguido por los empleados (964), los obreros (875), los profesionales (167) y finalmente los técnicos (138).

En el 2014, las empresas del subsector restaurantes, demandarán principalmente personal que cuente con capacitación en cursos de atención al cliente, buenas prácticas de manipulación de alimentos, cocina nacional e internacional, técnicas de ventas, entre otros. También en las empresas del subsector hoteles se requerirá contratar personal con cursos de capacitación relacionados principalmente a la atención al cliente, idiomas, cocina nacional e internacional, tragos internacionales, servicio, cocina y facturación; entre otros.

Los principales motivos para la contratación de nuevo personal son las razones de mercado, incremento de demanda, apertura de nuevos mercados, por la estacionalidad, nuevos proyectos de inversión e incremento de capital de trabajo. Respecto al nivel educativo, tanto las empresas del subsector restaurantes como las de hoteles requerirán, principalmente, trabajadores con nivel educativo hasta secundaria y técnico. En cambio en el subsector agencias de viaje, la mano de obra requerida deberá contar en su mayoría con nivel profesional universitario y profesional técnico.

En relación a la remuneración que las empresas estarían dispuestas a pagar en el 2014, los resultados señalan que, en promedio, las empresas del sector turismo estarían dispuestas a pagar la suma de S/. 904. Por subsectores, sería agencia de viajes la que mejor remuneraría al personal contratado con un monto de S/. 1 494, le siguen en importancia las empresas del sub sector restaurantes (S/. 968) y el sub sector hoteles (S/. 864). Por grupo ocupacional se confirma que a mayor calificación mejor remuneración. Así, los profesionales obtendrían los mayores ingresos, seguido en importancia por los empleados, los trabajadores de los servicios, los técnicos y en último lugar los obreros.

Del total de trabajadores requeridos por las empresas en el 2014, el 20,3% no tendrá restricción de edad para ser contratado, por el contrario un 68,2% solo contratarían a jóvenes hasta los 29 años y un restante 11,5% a personas adultas de 30 a más años. En tanto que, los adultos mayores (60 a más años) no muestran evidencia de ser requeridos en este sector económico.

En cuanto a requerimientos de personal joven las empresas contrarían, empleados de comida rápida, mozos, cocineros, cajeros de restaurantes, cajeros

de mostrador, empleados de agencias de viajes, azafatas, ayudantes de cocina, entre otros.

A Nivel Internacional:

Organización Mundial de Turismo (2009), en el estudio realizado sobre la oferta y la demanda de formación de los recursos humanos en el sector turístico en América Latina concluyen que: En la mayoría de los países de centro y sudamericano, los programas educativos en turismo y hotelera presentan carencias en la formación de sus educandos. Los planes de estudio de algunas universidades tienen mayor concentración de la distribución horaria en materiales de formación generalista, en promedio el 52% de las horas corresponde a esta categoría, en tanto que para las materias de especialización técnica y formulación terminal se asigna tan solo 48%. La oferta formativa se plantea más pensando en términos de venta a estudiantes potenciales y con base en los conocimientos de los docentes de las instituciones, que teniendo en cuenta las necesidades reales del sector.

Al hacer una revisión del grado de insatisfacción respecto de la cantidad de egresados de las carreras de turismo, comparándola con la necesidad de puestos a cubrir en la industria, es posible afirmar que, en términos cuantitativos, no debiera existir mayor diferencia entre uno y otro. Sin embargo, toda vez que los egresados de las escuelas no cumplen cabalmente con los requerimientos del sector productivo, a otras profesiones, contratar mano de obra sin experiencia y con un nivel educativo muy bajo (primaria y en algunos casos, primaria incompleta), e inclusive, un efecto muy marcado es la contratación de personal de extranjero, no solo en el campo de la hotelería tradicional, sino en las nuevas corrientes de turismo, relacionadas con el turismo rural, de aventura, ecoturismo

y otras modalidades que demandan sistemas de alojamiento novedosos, en los que la educación turística formal, aun no encuentra los mecanismos para satisfacer estas solicitudes.

Araujo (2011), en su tesis titulada ***“la enseñanza superior e inserción laboral de los profesionales con formación en turismo y áreas afines, el caso del polo turístico salvador”*** tesis para optar el grado de doctor en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España en Turismo y Desarrollo Sostenible, llegó a la siguiente conclusión que: El mercado laboral del sector turismo del polo genera más empleo indirecto que directo, de tipo estacional, ya que se rige por la alta y baja temporada turística. Este factor genera pocas oportunidades laborales, principalmente por encontrarse un gran número de personas formadas profesionalmente que llegan a frustrarse al verse forzados por las circunstancias a ocupar puestos de calificación básica y de baja remuneración, ya que los espacios laborales superiores se ocupan generalmente por profesionales de otros estados. El contenido aprendido por los licenciados en los cursos de formación y educación superior en turismo y áreas afines no corresponde con la realidad laboral que toca vivir, exigiéndoles fortalecer sus conocimientos y desarrollar otras competencias en otros cursos técnicos para conseguir un empleo y mantenerlo. Esta situación promueve a los licenciados a ser más pro-activos y emprendedores, aspectos que en la mayoría de los casos no se cultivan por las instituciones de enseñanza superior, exigiéndoles por tanto a nivel personal dirigir sus iniciativas.

La responsabilidad de la gestión del cursos, coherentes con la realidad del mercado y de la región, recae en las propias instituciones de enseñanza superior, y en ellas se encuentra el desafío por actualizar sus currículos, y el de ampliar sus escenarios de enseñanza hacia las áreas turísticas alejadas de los centros

que concentran los servicios hoteleros, facilitando el acceso a la formación superior profesional.

Souza Tatiana & Luce Gómez (2010), en su tesis titulada **"La inserción profesional de Licenciados en Turismo de la Universidad Federal de Minas Gerais – Brasil"** tesis para optar el grado de maestría tuvo como objetivo además de comprobar si los egresados se insertaron profesionalmente en el campo del turismo, conocer los segmentos de actuación en los que se desarrollaban y analizar sus condiciones de trabajo concluyen que: La importancia de la relación existente entre la formación de los egresados y la actuación del profesional en el área del turismo. Destacan también la importancia de las experiencias prácticas, que ubican lo académico en contacto con el mercado de trabajo, consideran que es fundamental que las carreras de turismo busquen ampliar y diversificar esas vivencias, con la finalidad de enriquecer la formación y facilitar una futura inserción profesional de los egresados; los estudiantes de turismo se les recomienda que procuren realizar prácticas en el sector turístico, ya que una buena inserción en el mercado de trabajo depende de la pro-actividad del alumno durante su formación.

Méndez, Bautista, & Pérez (2012), tesis titulada **"Inserción profesional de los egresados de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California – México 2007 y 2010"**. Tesis para obtener el grado de maestría concluyen que: Que la metodología planteada para llevar a cabo el programa de seguimiento de egresados consiste básicamente en tres etapas:

Primera etapa: Tiene que ver con la aplicación de una ficha, cuyo objetivo se planea en términos de realizar una breve indagatoria en los alumnos potenciales a egresar, sobre aspectos meramente académicos y su condición laboral hasta

ese momento. El instrumento se aplica al cien por ciento de estudiantes en el último semestre del plan de estudios, cuando los mismos se encuentran desarrollando sus estancias empresariales, ya que según el cronograma de actividades, los alumnos deben asistir a la Facultad para obtener lineamientos académicos y administrativos que les permitan ejecutar y finalizar el proceso satisfactoriamente.

Segunda etapa: Se lleva a cabo un semestre posterior al egreso, donde la condición académica puede ser de egresado titulado o egresado pasante. Esta etapa tiene como objetivo obtener información detallada sobre la condición laboral, la condición académica y la percepción que tiene el alumno de su formación profesional y del plan de estudios una vez que ha iniciado su etapa de desempeño profesional. En esta etapa se logra establecer un contacto directo y personal con los egresados, ya que la aplicación del instrumento se da en un momento en el que los egresados asisten a la universidad para concluir los procesos de titulación. Generalmente el instrumento es aplicado en las instalaciones de la universidad.

Tercera etapa: Se desarrolla en el mediano plazo (tres años contados a partir de la fecha de registro de la segunda etapa). El objetivo que se plantea es el hacer un seguimiento a la trayectoria laboral y académica seguida por el egresado, así como también la percepción que tiene de nueva cuenta sobre las competencias y habilidades que adquirió durante su formación académica y profesional. En esta etapa se utilizan varios medios, en primera instancia de hacer un contacto telefónico; en caso de ser fallido, se trata de hacer un contacto por correo electrónico y como última opción, tomando en consideración los limitados recursos financieros y de logística, se visita al egresado en su domicilio particular o lugar de trabajo.

3.2. Bases Teóricas

A. Perfil Profesional

A.1. Definición de currículo

Según Velázquez (2005), define al plan de formación para cumplir los contenidos, las formas de organización del proceso de enseñanza- aprendizaje; es decir, el sistema de objetivos, acciones y medios didácticos, involucrados en el proceso, así como al control del cumplimiento de los fines propuestos. Objetivos educacionales, delimitándolo exclusivamente a los propios objetivos.

A.2. Fundamentos Epistemológicos del currículo:

Dávalos (2005), todo saber, todo conocimiento esta signado por las necesidades, por las expectativas, por las cosmovisiones, por los valores culturales, por las representaciones simbólicas e imaginadas de una sociedad. La relación de poder-sumisión, lleva a replantear la relación asimétrica de sujeto-objeto. El objeto de todo proceso de conocimiento es lograr, a través de la aplicación de unos métodos, formular conceptos, elaborar teorías, explicar la realidad, definir leyes y principios; pero estos no se consideran totalmente acabados, sino perfectibles.

A.3. Currículo: Concepto Epistemológico

El concepto de currículo en educación tomando en cuenta la evolución de las concepciones epistemológicas ha variado a través del tiempo, acorde a las reformulaciones de los objetivos de la educación. El sentido educativo estuvo tradicionalmente encerrado y confundido con el de los programas y planes de estudio, existen autores contemporáneos que aún comparten dicha acepción: "El

currículo o plan de estudios es el contenido de los cursos en determinado centro educativo".

En la realidad social contemporánea ya no se desarrolla esa tradición conductista en forma total, se está tendiendo al constructivismo y por tanto, este concepto de currículo no está adecuado a la época actual. Blanco (2003).

Gimeno (1995), recuerda que la actividad de "diseñar el currículo se refiere al proceso de planificarlo, darle forma y adecuarlo a las peculiaridades de los niveles escolares. Desde las declaraciones de finalidades hasta la práctica es preciso planificar los contenidos y las actividades con un cierto orden para que haya continuidad entre intenciones y acciones. Diseñar es, pues algo fundamental porque a través del diseño es como se elabora el currículo mismo. Algo que compete a los profesores, pero no a ellos sólo, ni tampoco en primer lugar, dadas las condiciones del funcionamiento de los sistemas educativos.

Según Stenhouse (1991), el currículo es el medio con el cual se hace públicamente disponible la experiencia consistente en intentar poner en práctica una propuesta educativa. Implica no solo contenido, sino también método y en su más amplia aplicación tiene en cuenta el problema de su realización en las instituciones del sistema educativo. El currículo es una tentativa para comunicar los principios y rasgos esenciales de un propósito educativo, de forma tal que permanezca abierto a discusión crítica y pueda ser trasladado efectivamente a la práctica. Según Alvarez de Zayas (1999). El currículo constituye el plan de acción para la formación del profesional, a partir del cual se organiza, dirige, ejecuta y controla el proceso de enseñanza- aprendizaje para la formación de los recursos humanos que requiere la sociedad, teniendo en cuenta las

necesidades del contexto social y los intereses y las motivaciones de los actores principales del proceso donde se, integran de manera sistémica, la parte de la cultura que se enseña y que está influida por determinados enfoques pedagógicos, psicológicos y filosóficos, y se enmarca en un tiempo y espacio determinado.

A.4. Currículo universitario:

Definición, es el plan de formación conducente a la obtención de un grado académico y/o a un título profesional, que se elabora para cumplir los objetivos educacionales, delimitándolo exclusivamente de los propios objetivos, los contenidos, las formas de organización del proceso de enseñanza- aprendizaje y los procedimientos de la evaluación del aprendizaje y los procedimientos; es decir, el sistema de fines, de acciones y medios didácticos involucrados en el proceso, así como el control de su cumplimiento Peñaloza (2005).

Los currículos pueden ser rígidos o flexibles. Si son rígidos, no hay en ellos, en sus componentes curriculares, alternativas que los alumnos puedan escoger. Son, diríamos, monolíticos. Los alumnos deben inscribir, con carácter obligatorio, todos los componentes curriculares allí consignados para poder tener derecho a grado. Por el contrario, los currículos flexibles son los que contienen algunas alternativas con peso igual o aproximadamente igual. Los alumnos pueden escoger, para llegar a la graduación, rutas diversas por entre esas alternativas. O sea, mientras en los currículos rígidos ningún componente curricular puede omitirse, en los flexibles ciertos componentes son sustituidos por los que en los currículos mismos aparecen como las alternativas de peso equivalente que los alumnos pueden seleccionar Peñaloza (2005).

Currículo basado en competencias:

Gonzales (2006). La competencia es un saber hacer con conciencia. Es un saber en acción. Un saber cuyo sentido inmediato no es “describir” la realidad, sino “modificarla”; no definir problemas sino solucionarlos; un saber qué, pero también un saber cómo. Las competencias son, por tanto, propiedades de las personas en permanente modificación que deben resolver problemas concretos en situaciones de trabajo con importantes márgenes de incertidumbre y complejidad técnica. Las competencias son diferentes en cada situación y momento, por lo que permite suponer la existencia de conflictos, dado lo inasible del concepto y su condición de construcción social.

Pinto (1999). Se desarrollan a través de experiencias de aprendizaje en cuyo campo de conocimiento se integran tres tipos de saberes: conceptual (saber conocer), procedimental (saber hacer) y actitudinal (saber ser). Son aprendizajes integradores que involucran la reflexión sobre el propio proceso de aprendizaje (metacognición). Este conocimiento necesario para la resolución de problemas no es mecánicamente transmisible. Algunos autores lo llaman conocimiento indefinible, por tratarse de una mezcla de conocimientos tecnológicos previos y de experiencias concretas que proviene fundamentalmente del trabajo y del mundo real. La gran diferencia de este enfoque, con respecto a la escuela tradicional, es que la competencia no proviene solamente de la aprobación de un currículo basado en objetivos cognitivos, sino de la aplicación de conocimientos en circunstancias prácticas. El concepto de competencia es diverso, según el ángulo del cual se mire o el énfasis que se le otorgue a uno u otro elemento, pero el más generalizado y aceptado es el de “saber hacer en un contexto”. El “saber hacer”, lejos de entenderse como “hacer” a secas, requiere

de conocimiento (teórico, práctico o teórico-práctico), afectividad, compromiso, cooperación y cumplimiento, todo lo cual se expresa en el desempeño, también de tipo teórico, práctico o teórico-práctico. Por ejemplo, cuando alguien lee un texto y lo interpreta (saber hacer) ejecuta una acción (desempeño) en un contexto teórico (contenido del texto). Existen múltiples y variadas aproximaciones conceptuales a la competencia. Un concepto generalmente aceptado la define como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad plenamente identificada.

Currículo como planes y programas

Gonzales (2006). El centro del diseño curricular lo constituye la elaboración de los planes y programas de estudio. Al comprender en el currículo los programas de estudio (que en nuestro concepto forman otro nivel, más específico que el del plan). La proposición de que el currículo lo forman los planes y programas de estudio se ve bastante deslavazada en la segunda parte del libro, cuando Rodríguez, sobre la base de que “la meta fundamental de la educación es el aprendizaje por parte de alumnos”, incluye dentro de los Programas (de suyo el segundo nivel de la Tecnología Educativa), entre sus componentes específicos: las estrategias de aprendizaje –que a nuestro juicio conciernen al cuarto nivel de la Tecnología Educativa–; y los recursos para el aprendizaje–que según nuestro entender forman el tercer nivel de la Tecnología Educativa.

Currículo como disciplina

Ralph (1973). El Currículo es una disciplina tecnológica, es una disciplina aplicada... se refiere a la planificación, aplicación, evaluación y retroalimentación del proceso educativo intencionado que selecciona la escuela para atender el

objeto propio de su campo: el aprendizaje de los alumnos”. Dejemos de lado la afirmación final, a saber, que el currículo es hecho para servir al aprendizaje, asunto que hemos negado anteriormente, pues ocurre exactamente al revés, o sea, que el aprendizaje es un instrumento para hacer realidad el currículo. Concentrémonos en las partes primeras del texto citado. Al respecto debemos decir que el currículo no es una disciplina. El currículo es el posible objeto de una disciplina: la Teoría Curricular. No se puede confundir el plano de los objetos con el plano de las ciencias que estudian a dichos objetos. Ello es como decir: *‘los vegetales son una disciplina’*.

El currículo es un objeto, es una realidad, que reside en ese vasto campo que es la educación, en cuanto hecho real existente en las sociedades humanas. El currículo puede ser el objeto de un análisis riguroso, es decir, el objeto de una ciencia, o disciplina científica. Pero el currículo mismo no es esa ciencia. Un currículo puede ser planificado, aplicado, evaluado y retroalimentado, pero eso no lo convierte en ciencia, exactamente como una planta puede ser sembrada, cuidada y cosechada y eso no la convierte en ciencia. La Agronomía, ciencia aplicada –una disciplina–, puede mostrarnos las mejores técnicas para sembrar, cuidar y cosechar, exactamente como la Teoría Curricular –una disciplina– nos enseña las mejores maneras de planificar, aplicar, evaluar y retroalimentar un currículo.

A.5. Planes de Estudio

Díaz (1999), es el diseño curricular concreto respecto de unas determinadas enseñanzas realizadas por una universidad, sujeto a las directrices generales comunes y a las correspondientes directrices generales propias, cuya

superación da derecho a la obtención de un título universitario de grado de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Características:

El plan de estudios ha de estar diseñado de tal forma que contemple la formación, preparación y entrenamiento de futuros profesionales mediante la aplicación de un método investigativo general y de los métodos y normas particulares de las diferentes disciplinas, con responsabilidad y conciencia de su incidencia en la sociedad. Los planes de estudios se elaboran y aprueban por las universidades, en la forma que determinan sus estatutos o normas de organización y funcionamiento, previa autorización de su implantación por el órgano competente de la respectiva comunidad autónoma. Deben ajustarse a las directrices generales comunes y a las directrices generales propias que el gobierno establezca para cada título y se homologan de acuerdo con la normativa vigente al respecto. Díaz (1999).

Diseño y estructuración del plan de estudio

Para lograr los objetivos del perfil del egresado debe pasarse a una nueva etapa de organización y estructuración curricular, que incluye:

- El plan de estudio (Plan curricular) que abarca la determinación de contenidos curriculares, estructuración y organización de los mismos.
- Programas de estudio que conforman cada uno de los cursos.

Plan de estudio

Es el total de experiencias de enseñanza-aprendizaje que deben ser cursados durante una carrera e involucran la especificación del conjunto de contenidos

seleccionados para lograr ciertos objetivos, así como para estructurar y organizar la manera en que deben ser abordados dichos contenidos, su importancia relativa y el tiempo previsto para su aprendizaje Díaz (1999).

Su proyección requiere de un cuidadoso trabajo de la comisión de especialistas que se les asigna esta labor, por la importancia de este documento para la organización de los aspectos vitales del proceso pedagógico. El equipo encargado de esta tarea debe velar porque sea funcional, o sea, responder a las exigencias del modelo del egresado, a la vez que resulte aplicable en el tiempo y a las características del alumno. Debe ser flexible, porque el plan base con su estructura de contenido por años debe ajustarse a las particularidades individuales de los estudiantes y a las transformaciones que impone el desarrollo científico-técnico. Se requiere que sea coherente, lo que implica una concepción de sistema de todas las actividades y un aprovechamiento máximo de todas las potencialidades educativas del proceso pedagógico. A la vez se requiere eficiencia en la utilización de los recursos humanos y materiales. El plan debe ser portador de una alta calidad en la gestión educacional y a la vez debe lograr un mínimo de gastos aprovechando al máximo la planta de profesores, la base material de estudio y las condiciones de la institución en general Díaz (1999).

Currículo y plan de estudios:

Peñaloza (2005). Entre “plan de estudios” y “currículo” se dan dos diferencias cruciales. Por un lado, la expresión ‘Plan de estudios’ se refería –y se refiere– a los productos, los conocimientos que los alumnos debían asimilar; en tanto que el vocablo ‘currículo’ enfatiza las experiencias de donde tales conocimientos pueden brotar. Existe, así, un cambio en el centro de gravedad del trabajo

educativo: proporcionemos a los educandos no los escuetos conocimientos encapsulados en fórmulas, leyes y procedimientos, sino antes que nada las experiencias, perceptibles y también intelectuales, que conducen a los conocimientos. Por otro lado, el 'plan de estudios' se restringe nada más que a los conocimientos (el vocablo 'estudios' lo revela, y lo revela asimismo la praxis de las universidades que en dicho plan colocan únicamente una serie de disciplinas científicas, dadoras de conocimientos), en tanto que el 'currículo' contiene un abanico de experiencias que son, unas cognoscitivas y otras no cognoscitivas, con lo que la formación de los educandos se enriquece extraordinariamente; en verdad, busca cumplir con la triple finalidad de la educación tantas veces mencionada.

A.6. Perfil Profesional

Fernández (2007), El Perfil profesional se puede definir como: "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.

A.7. Características del Perfil

Tabla 2. Características del Perfil

Dinámicos	Analíticos
Los perfiles profesionales evolucionan y cambian según la demanda laboral y el mercado laboral. Deben considerar la demanda social es decir, las necesidades sociales de los grupos que son objeto de la intervención.	Posibilitan orientar y promover el comportamiento futuro e identifican espacios y acciones. Y obedecen a la racionalidad esbozada por el currículo del plan de estudios.

Fuente: Fernández (2007)

A.8. Tipos de perfiles de las carreras:

Peñaloza (2005), hay un punto crucial que merece relievase: los perfiles de las carreras no valen nada y pueden resultar sólo un ejercicio especulativo, si los contenidos de los currículos y la manera de organizarlos contradicen los objetivos de dichos perfiles o se desvían de ellos. Podemos decir por tanto que hay dos perfiles: el explícito, que reside en las declaraciones de cada perfil; y el implícito, que se halla ínsito en la manera cómo el currículo es organizado, e incluso en el modo cómo se ejecuta.

- a. *El perfil explícito*; los contenidos del currículo elaborado todo se reduce a conocimientos impartidos por diversas disciplinas científicas, estaremos ante una preparación puramente cognoscitiva, muy alejada de lo que Platón denominaba el ejercicio de la profesión ('epitedeuma') como parte del proceso por el cual adquirimos el dominio de ella. Se propicia con esto un graduado de tipo academista, que cree que el desiderátum es la acumulación de conocimientos. El perfil implícito, en este caso, apunta a un ser atiborrado

de conocimientos, pero incapacitado en verdad para cumplir los demás objetivos de su profesión. O sea que ésta, en sí misma, ha sido olvidada, pues todo se concentra en los conocimientos.

- b. *El perfil implícito*; es algo invisible, que se pone de manifiesto en las acciones que en su práctica ejecuta el profesional; observando dichas acciones nos es dable inferir las nociones que lleva en su mente y que conforman el perfil implícito que el graduado ha hecho suyo. El perfil implícito, según Andrade, depende de múltiples factores unos ambientales y otros educacionales. Esto le permite formular cuatro hipótesis. La primera se refiere a las influencias ambientales: el perfil implícito (marco teórico) “se encuentra en el centro de una intrincada red de relaciones. Entre las cuales las más importantes son: la estructura social y económica y la de la práctica médica en cada país; las relaciones internas del proceso de producción de médicos; la ideología prevalente a nivel profesional; y la estructura del poder internacional” La segunda hipótesis se refiere a las influencias educacionales. “Sostenemos – afirma Andrade– que la organización de los contenidos curriculares y la naturaleza de las experiencias educativas contribuyen a la configuración del marco conceptual de la educación médica, tanto o más que la transmisión verbalizada de concepto” La tercera hipótesis concierne “a la interacción que se establece entre la manera de relacionarse y trabajar los profesores y alumnos. cuarta hipótesis “es el supuesto..., y eje fundamental de todo nuestro trabajo, de que los alumnos perciben, de manera consciente o inconsciente, tales paradigmas [perfil implícito] y los adoptan o rechazan en la medida en que refuerzan o entran en conflicto con el resto de la estructura y con el papel que desempeña o aspira a desempeñar cada quien dentro de

la misma” Los perfiles explícitos usuales son encomiásticos y, por ello, engañosos. Pero notemos sobre todo que lo expresado por Andrade acerca de la carrera médica tiene validez general y es reconocible en todas las profesiones. En todas las carreras existe o, mejor, puede existir un perfil profundo, implícito, pero negativo, que realmente pone impronta casi indeleble en los estudiantes; y un perfil explícito, pleno de grandes palabras, gaseoso, pero inoperante. Lo racional es que los planificadores de currículos, al plantear los perfiles explícitos de una carrera, lejos de irse por las ramas, escudriñen las realidades ambientales y educacionales que las rodean y procedan de las únicas dos formas posibles siguientes:

Tabla 3. Tipos de perfil

Perfil implícito	Perfil explícito
De manera que los perfiles implícitos, que son los que detentan la mayor eficacia sobre los alumnos, sean no negativos, sino positivos para lo cual dichos expertos han de saber llevar a las autoridades en las instituciones de Educación Superior a introducir las condiciones ambientales y educacionales necesarias para que ello sea así.	De manera tal que los perfiles explícitos, lejos de divergir de los perfiles implícitos, se transformen en expresión de los mismos. Esta labor ciclópea resulta ser una actuación liberadora, que busca y logra transformar la realidad. De no procederse de ambas maneras, los perfiles de las carreras, en cuanto perfiles explícitos, representarán una pura pérdida de tiempo, serán ditirambos sin sustancia.

Fuente: Peñaloza (2005).

A.9. Conformación de los perfiles:

Peñaloza (2005), la conformación de los perfiles depende de cuán clara es para la Universidad la concepción de la educación y cuán firme es su voluntad de

realizar a este respecto una tarea en verdad educadora y de innovación, y su negación a someterse a patrones envejecidos; y depende, en segundo término, del país y de la región donde esté situada la institución universitaria y de la idea que sus profesores se han hecho de la carrera y de las necesidades principales que ella ha de afrontar.

En general, los perfiles no han de ser ampulosos. Deben expresar con sencillez, y con concreción, los fines que servirán a la hominización, socialización y culturación de los jóvenes para hacerlos seres educados plenamente; y asimismo los propósitos esenciales de la carrera. En su trama ha de ser muy nítida la orientación axiológica, es decir, la referencia a los valores que presidirán la formación de los alumnos a lo largo de su estadía en la Universidad.

De acuerdo Velázquez (2005), los procedimientos por emplear para la caracterización de las profesiones son, entre otros:



Figura 1. Procedimientos para la caracterización de profesiones

Fuente: Velázquez (2005)

Además el perfil debe mostrar una imagen o modelo ideal de egresado que se aspira formar. En este sentido, debe incluir, además de las competencias requeridas para ejecutar las tareas profesionales, otras competencias que no son propias necesariamente de una determinada profesión, sino que deben ser características de todo egresado del nivel universitario, y por tanto, tienen un carácter más general y trascendente. Se refieren a sus cualidades como ser humano, como ciudadano “educado” y como profesional en el sentido más amplio de la palabra, que pueden manifestarse como competencias o habilidades, o como uno de sus aspectos parciales: las actitudes y valores.

A.10. Dimensiones del perfil profesional

A.10.1. Competencia

Definición de competencia	Competencias laborales
<p>Helleriegel (2009) afirma que una competencia se refiere a la combinación de conocimientos, habilidades, comportamientos y actitudes que contribuyen a la efectividad personal.</p> <p>Es la capacidad de movilizar y aplicar correctamente en un entorno laboral determinado, recursos propios como, habilidades, conocimientos y actitudes, y recursos del entorno para producir un resultado definido para la calidad en el logro de los resultados.</p>	<p>Calvo (2005). Las competencias laborales son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que aplicadas o demostradas en situaciones del ámbito productivo, tanto en un empleo como en una unidad para la generación de ingreso por cuenta propia, se traducen en resultados efectivos que contribuyen al logro de los objetivos de la organización o negocio. La competencia laboral es la capacidad que una persona posee para desempeñar una función productiva en escenarios laborales usando diferentes recursos bajo ciertas condiciones, que aseguran la calidad.</p>

A.11. Tipos de competencias laborales

a. Competencias laborales genéricas

Calvo (2005). Las competencias laborales generales, se caracterizan por no estar ligadas a una ocupación en particular, ni a ningún sector económico, cargo o tipo de actividad productiva, pero habilitan a las personas para ingresar al trabajo, mantenerse en él y aprender.

Las competencias laborales generales, son necesarias en todo tipo de trabajo, ya sea en un empleo o en una iniciativa propia para la generación de ingreso. Son ejemplos de ellas la orientación al servicio, la informática, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la resolución de problemas, el conocimiento del entorno laboral y el manejo de procesos tecnológicos básicos.

Estas competencias son transferibles, es decir, se aplican en cualquier ambiente donde existe una organización productiva: la familia, la comunidad, la empresa; generan el desarrollo continuo de nuevas capacidades y son observables y medibles, lo cual significa que es posible evaluarlas y certificar que una persona cuenta con ellas.

b. Competencias laborales específicas

Calvo (2005), Son las capacidades laborales de índole específica de un área ocupacional o de competencia determinada, relacionadas con el uso de tecnologías, metodologías y lenguaje técnico para una determinada función productiva.

A.10.2. Capacidad

Según Calvo (2005). Es la aptitud con que cuenta cualquier persona para llevar a cabo cierta tarea. Es decir que todos los seres humanos estamos capacitados para realizar con éxito cualquier tarea, así mismo es una serie de herramientas naturales con las que cuentan todos los seres humanos. Se define como un proceso a través del cual todos los seres humanos reunimos las condiciones para aprender y cultivar distintos campos del conocimiento, aun si estas condiciones hayan sido o no utilizadas, de esta manera, nos referimos a estas condiciones como un espacio disponible para acumular y desarrollar naturalmente conceptos y habilidades.

Es muy común hablar de capacidad, sin embargo, este término debería usarse para describir la **flexibilidad mental de una persona**, que sirve para medir con cuanta facilidad una persona se enfrenta a un nuevo reto intelectual y es aquí donde se confunde capacidad con el talento.

A.12. Habilidad:

De acuerdo a Calvo (2005). Es la facilidad, la maña, aptitud y rapidez para llevar a cabo cualquier tarea o actividad. Por lo tanto una persona hábil, es aquella que obtiene éxito gracias a su destreza.

Habilidades; Quién ha desarrollado, habilidad, "ha adquirido una metodología, técnicas específicas y práctica en su área de trabajo. Prácticas que han de abreviar formas de procesos intelectuales o mentales

Las personas tenemos diferentes tipos de conocimientos y diferentes competencias; pero solo un grupo de ambos se pone en acción cuando hacemos algo. Cuando se hace referencia la habilidad de un integrante en un equipo, solo

se piensa en el talento en relación con la tarea a realizar, sin que signifique que esta habilidad lo tenga en la realización de otra tarea.

A.13. Perfiles profesionales de las carreras de turismo en el Perú

1. Perfil profesional de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco.

El licenciado en Turismo es el profesional con solvencia moral que tiene una formación científica, humanística y tecnológica capaz de crear, gestionar y organizar empresas turísticas, conducir grupos de turismo, proponer planes de desarrollo turístico, ejecutar acciones de investigación a nivel local, regional, nacional e internacional. Su formación académica le permite desenvolverse en diferentes campos tales como:

- *Área de gestión de empresas turísticas.* - incide en la gestión hotelera, gestión de agencia de viajes y gestión de empresas de transporte turístico.
- *Área de planificación e investigación turística.* - elabora proyectos turísticos sostenibles para el desarrollo regional, nacional e internacional.
- *Área de organización y dirección de grupos turísticos.* - amplía el dominio en las tendencias internacionales del turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo vivencial y el turismo alternativo.

2. Perfil profesional del licenciado en turismo de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco:

El Licenciado en Turismo estará capacitado para:

- Implementar alternativas que tiendan a un desarrollo sostenible de la actividad turística.
- Diseñar y evaluar proyectos turísticos para identificar sus efectos económicos, socioculturales y ambientales.
- Diseñar y evaluar modelos de planificación turística para el desarrollo sostenible.
- Proponer políticas de desarrollo y fomento para el sector.
- Trabajar en equipo en forma disciplinaria e interdisciplinaria
- Presentar soluciones creativas y viables a los diferentes problemas de su entorno.

3. Perfil profesional de la Escuela Profesional de Administración de Turismo de la Universidad Nacional mayor de San Marcos

El licenciado en administración de turismo debe desarrollar un pensamiento crítico-reflexivo, comunicativo y demostrar entusiasmo a través:

- Una educación sólida en valores éticos y morales.
- Fuerza de voluntad, positivismo, entusiasmo.
- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Capacidad emprendedora.
- Ser una persona observadora y con curiosidad para el conocimiento.
- Actitud de liderazgo.
- Habilidades gerenciales.
- Ser creativo e innovador, capaz de desempeñarse eficientemente en el entorno que le presenta la sociedad moderna.

Campo laboral

- Empresas de hospedaje: hoteles, resorts, albergues, ecolodge, campamentos.
- Operadores de Turismo: mayorista, minorista, receptivos, emisivos, corporativos.
- Empresas de Transporte: Aéreo, terrestre, ferroviario, acuático.
- Empresas de Organización de eventos y protocolo.
- Consultorías: Planificación de turismo y asesorías
- Instituciones estatales: gobiernos regionales, municipios, ministerios
- Organizaciones no gubernamentales.

4. Perfil profesional de la Escuela Profesional de Turismo-UNASAM

El profesional de Turismo es un científico humanista, con conocimientos de las ciencias sociales y de la naturaleza, combina elementos abstractos y empíricos con eficiencia, para producir servicios de calidad que satisfagan las necesidades de sus usuarios; y está preocupado por la innovación permanente de sus productos para ser cada vez competitivo y diferenciarse de otras especialidades profesionales.

1. Área de gestión turística y marketing

En esta área se prepara para desempeñarse como:

- Empresario
- Directivo
- Gerente
- Asesor y Consultor
- Especialista en marketing turístico

ii. Área de planes y proyectos turísticos:

Ejecuta y evalúa proyectos y planes de investigación con la finalidad de conocer la actividad turística para dinamizar su desarrollo, diseñar Planes de negocios turísticos.

iii. Área de investigación y docencia:

Analiza los fenómenos del turismo en el marco de la globalización y la competitividad, que caracteriza los procesos económicos y socio culturales de la actualidad.

iv. Área socio – personal:

Logra sólida formación ética y moral que permita desarrollar sus valores personales.

B. Demanda Laboral

B.1. Concepto

El mercado laboral es el entorno en el que se interrelacionan las ofertas de trabajo y las demandas de empleo. Por tanto, constituye el ámbito en el que se define y desarrolla todo lo relacionado con las ocupaciones: empresas, personas que buscan empleo, contratos instituciones, etc. Santomé (2004).

El mercado laboral se define como aquel mercado específico que se compone de dos variables fundamentales: la oferta del mercado laboral y la demanda del mercado laboral Fontana (2003).

Ambos autores coinciden en que el Mercado Laboral es aquel espacio en el que se interrelacionan dos variables fundamentales, las cuales son la oferta y la

demanda. Concluimos entonces que el mercado laboral busca asignar los recursos humanos interesados en trabajar (oferta laboral) en las plazas laborales generadas por las empresas (demanda de mano de obra).

B.2. Oferta en el mercado laboral

La oferta laboral está constituida por la oferta de mano de obra que es reclamada por las empresas en función de sus necesidades productivas. Dicho de otro modo la oferta laboral se constituye por el conjunto de trabajadores que ofrecen su fuerza de trabajo a cambio de un salario. Fontana (2003).

La oferta del mercado de trabajo o también llamada oferta agregada, está conformada por el conjunto de las ofertas de trabajo existentes en un momento dado. Calvo (2005).

Se nota claramente que ambas definiciones son contrarias, la primera hace referencia a que la oferta laboral se constituye por el número de personas que desean trabajar a cambio de un salario; la segunda por el contrario afirma que la oferta laboral se conforma por los puestos de trabajo que ofrecen las empresas para ser cubiertos por los trabajadores. Para efectos de nuestra investigación manejaremos la primera definición, debido a que es la definición que manejan los economistas en sus teorías de mercado de trabajo.

B.3. Demanda Laboral

La demanda del mercado laboral son los puestos de trabajo que demandan las empresas y que deben ser cubiertos por trabajadores que se adecuen a los requisitos exigidos por ella. La demanda la constituyen la totalidad de puestos

de trabajo vacantes, que son ofrecidos por las empresas a los trabajadores”.
Fontana,(2003).

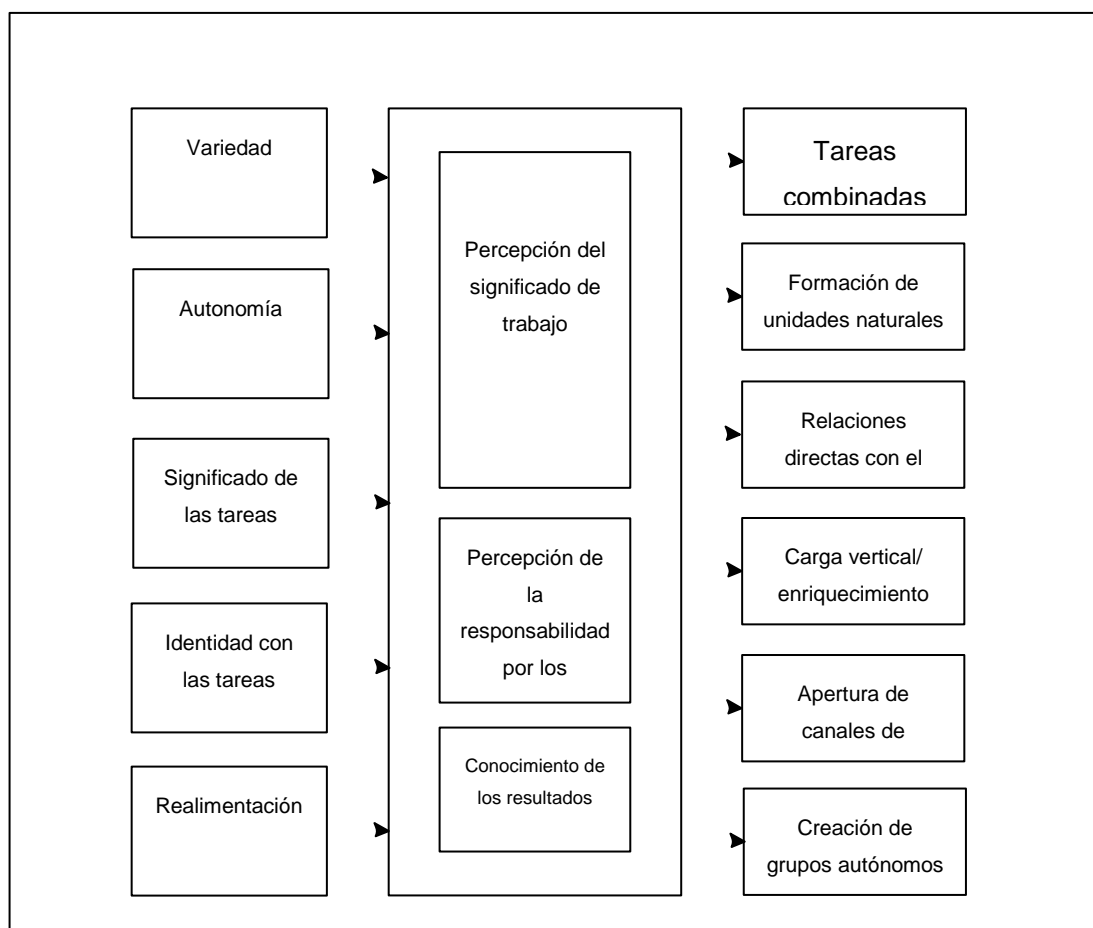
B.4. Dimensiones de la Demanda Laboral

B.5. Moldeado del trabajo

El trabajo de la organización no se hace por azar. La forma en que las personas trabajan en las organizaciones depende básicamente de la forma en que su trabajo se planeó, modeló y organizó. En resumen, de la manera en que se distribuyeron las tareas. En general, los puestos contienen las tareas. La estructura de los puestos la condiciona el diseño organizacional en el que está contenida. Los puestos forman parte integral del formato estructural de la organización. Esto condiciona y determina la distribución, la configuración y el grado de especialización de los puestos. El diseño organizacional representa la arquitectura de la organización, la estructura y distribución de sus órganos y puestos, cuáles son las relaciones de comunicación entre ellos, cómo se define el poder y cómo deben funcionar las cosas. Si la estructura organizacional es rígida e inmutable, los puestos también serán fijos, permanentes y definidos, cerrados, individualizados y limitados. Si la estructura es flexible y adaptable, los puestos también serán maleables, ajustables y abiertos, con un elevado índice de interacción con el ambiente. Cuanto más maleable y flexible sea la estructura organizacional, tanto más mutables serán los puestos y tanto más fuerte será la presencia de equipos multidisciplinarios y autodirigidos, en lugar de órganos permanentes y definitivos. Hoy en día, el modelado del trabajo requiere de flexibilidad y de una intensa participación de las personas involucradas. Chiavenato, (2009).

Para los autores clásicos la estructura organizacional no es otra cosa que la arquitectura de los puestos y las actividades, dispuesta de una manera racional y lógica a fin de proporcionar el acoplamiento entre la especialización vertical (niveles jerárquicos), por una parte, y la especialización horizontal (departamentalización), por la otra. A cada departamento o división lo forman un conjunto de puestos. Para analizar a una organización cada órgano se debe descomponer en los puestos que lo constituyen. Esta visión tradicional, lineal y cartesiana pierde terreno ante una visión sistémica y contingente, que más bien procura integrar y juntar que separar y fragmentar las tareas y las actividades.

Figura 2. Modelado del trabajo



Fuente: Chiavenato, (2009)

B.5.1. Concepto de puesto

Chiavenato, (2009), sostiene que el puesto surge por la división del trabajo impuesta por el viejo y tradicional modelo burocrático. De la misma manera que el viejo y tradicional organigrama —con sus departamentos y divisiones que también provienen del modelo burocrático— es sustituido por nuevos formatos organizacionales, los puestos se transforman gradualmente en actividades conjuntas a partir de equipos. No obstante, en muchas organizaciones todavía está intacto el concepto de puesto y numerosos órganos de RH aún analizan y describen los puestos como en el pasado.

- Las personas trabajan en las organizaciones desempeñando un trabajo determinado. En general, cuando se pretende saber qué hace una persona en la organización se pregunta cuál es el puesto que desempeña. Así, sabemos lo que hace en la organización y tenemos una idea de su importancia y del nivel que ocupa en la jerarquía. Para la organización el puesto constituye la base para colocar a las personas dentro de las tareas de la organización. Para la persona el puesto es una de las mayores fuentes de expectativas y de motivación en la organización. Cuando las personas ingresan a la organización y a lo largo de toda su trayectoria profesional, siempre ocuparán algún puesto.

El puesto se compone de todas las actividades que desempeña una persona (el ocupante), que se engloban en un todo unificado y que aparece en cierta posición formal en el organigrama de la compañía. De modo que, para desempeñar sus actividades, la persona con un puesto debe tener una posición definida en el organigrama. La posición del puesto en el organigrama define su nivel jerárquico, la subordinación (ante quién es responsable), los subordinados (sobre quién ejerce autoridad) y el departamento o la división donde se localiza.

Por tal razón, los puestos se representan en el organigrama por medio de rectángulos, cada uno con dos terminales de comunicación: la superior que lo liga con el puesto de encima y define su subordinación, y la inferior que lo liga con los puestos debajo de él y define sus subordinados. Bajo el prisma horizontal, cada puesto se sitúa con otros puestos del mismo nivel jerárquico que, en general, reciben un título equivalente (como directores, gerentes, jefes, obreros, etc.). Bajo el prisma vertical, cada puesto aparece en algún departamento, división o área de la empresa. Así se compone el organigrama de los puestos. Con este enfoque, los puestos no existen por azar. Su diseño, proyección, definición y establecimiento responde a cierta racionalidad: la búsqueda de eficiencia de la organización. Visto desde otro prisma, un puesto constituye una unidad de la organización y consiste en un conjunto de deberes y responsabilidades que lo separan y diferencian de los demás puestos. En realidad, los puestos constituyen los medios que usa la empresa para asignar y utilizar sus recursos humanos con el fin de alcanzar los objetivos organizacionales a partir de ciertas estrategias. Desde el prisma de las personas, los puestos representan los medios que usan para desempeñar sus tareas dentro de la organización a efecto de alcanzar sus objetivos individuales. En resumen, los puestos son la piedra angular entre la organización y las personas que trabajan en ella.

B.5.2. Diseño de puestos

Figura 3. Diseño de puestos **Fuente: Chiavenato, (2009)**

<p>Recursos</p> <p>Identifica, organiza, planea y asigna recursos</p>	<p><i>Tiempo:</i> selecciona actividades congruentes con los objetivos, ordena por prioridad, asigna el tiempo, prepara programas y les da seguimiento.</p> <p><i>Dinero:</i> prepara y aplica presupuestos, hace previsiones, asienta registros y hace ajustes para alcanzar los objetivos.</p> <p><i>Materiales e instalaciones:</i> obtiene, guarda, asigna y utiliza materiales o espacio con eficiencia.</p> <p><i>Recursos humanos:</i> enseña habilidades y distribuye el trabajo, evalúa el desempeño y asegura la realimentación.</p>
<p>Interpersonal</p> <p>Trabaja con otras personas</p>	<p><i>Participa como miembro de un equipo:</i> contribuye al esfuerzo del grupo.</p> <p>Enseña nuevas habilidades a otros.</p> <p><i>Sirve a los clientes / consumidores:</i> trabaja para satisfacer las expectativas de los clientes.</p> <p><i>Lidera:</i> comunica ideas, persuade y convence a otros, admite desafíos.</p> <p><i>Negocia:</i> trabaja mediante acuerdos que implican intercambios de recursos; resuelve diversos intereses.</p> <p><i>Trabaja con diversidad:</i> junto con hombres y mujeres de distintos orígenes.</p>
<p>Información</p> <p>Obtiene y utiliza información</p>	<p><i>Obtiene y evalúa información</i></p> <p><i>Organiza y guarda información</i></p> <p><i>Interpreta y comunica información</i></p> <p><i>Utiliza computadoras para procesar información</i></p>
<p>Sistemas</p> <p>Comprende interrelaciones complejas.</p>	<p><i>Comprende sistemas:</i> sabe cómo funcionan los sistemas sociales, organizacionales y tecnológicos y cómo operarlos eficazmente</p> <p><i>Monitorea y corrige el desempeño:</i> distingue tendencias, prevé efectos en las operaciones, diagnostica desviaciones de los sistemas y corrige errores o soluciona problemas</p> <p><i>Mejora o diseña sistemas:</i> sugiere modificaciones a los sistemas actuales y desarrolla otros nuevos o alternativos para mejorar el desempeño</p>
<p>Tecnología</p> <p>Trabaja con diversas tecnologías</p>	<p><i>Selecciona la tecnología:</i> escoge procedimientos, herramientas o equipamiento, inclusive computadoras o tecnologías relacionadas</p> <p><i>Aplica la tecnología a las tareas:</i> comprende los objetivos y adapta los procedimientos o las operaciones del equipamiento</p> <p><i>Mantiene el equipamiento:</i> previene, identifica y resuelve problemas de los equipamientos, inclusive computadoras o tecnologías relacionadas</p>

El diseño de puestos especifica el contenido de cada posición, los métodos de trabajo y las relaciones con los demás.

Cada puesto exige ciertas competencias de su ocupante para que lo desempeñe bien. Esas competencias varían conforme al puesto, el nivel jerárquico y el área de actuación. Exigen que el ocupante sepa manejar los recursos, las relaciones interpersonales, la información, los sistemas y la tecnología con diferentes grados de intensidad, como muestra la figura.

El diseño de puestos es la manera en que cada uno se estructura y dimensiona. Diseñar un puesto significa definir cuatro condiciones básicas:

1. El conjunto de tareas o atribuciones que el ocupante debe desempeñar (cuál es el contenido del puesto).
2. La manera en que las tareas o atribuciones se deben desempeñar (cuáles son los métodos y los procesos de trabajo).
3. Con quién se debe reportar el ocupante del puesto (responsabilidad), es decir, quién es su superior inmediato.
4. A quién debe supervisar o dirigir el ocupante del puesto (autoridad), es decir, quiénes son sus subordinados o las personas que dependen de él para trabajar.

El diseño del puesto es la especificación del contenido, los métodos de trabajo y las relaciones con los demás puestos, a efecto de satisfacer los requisitos tecnológicos, organizacionales y sociales, así como los requisitos personales de su ocupante. En el fondo, el diseño de puestos representa la forma en que los administradores proyectan los puestos individuales y los combinan en unidades, departamentos y organizaciones. En este sentido, el diseño de puestos define el

grado de responsabilidad o de libertad que se concederá al ocupante; si el puesto ofrece compromiso personal con el negocio o con el cliente, o si el puesto amarra al individuo a condiciones humillantes o a reglas burocráticas.

B.2.1.1. Modelos del diseño de puestos

El diseño del puesto es tan antiguo como el mismo trabajo humano. Desde que el ser humano tuvo que dedicarse a la tarea de cazar o pescar aprendió, en razón de su experiencia acumulada a lo largo de muchos siglos, a modificar su desempeño para mejorarlo continuamente. Cuando la tarea fue en aumento y exigió un número mayor de personas para realizarla, la cosa se complicó. Sin embargo, la situación básica de un hombre que desempeña tareas bajo la dirección de otro jamás se alteró, a pesar de todos los cambios sociales, políticos, económicos, culturales y demográficos ocurridos durante la larga historia de la humanidad. Existen tres modelos de diseño de puestos: el clásico, el humanista y el contingente.

B.5.2.1.2. Modelo clásico o tradicional

Es el diseño de puestos pregonado por los ingenieros de la administración científica al inicio del siglo xx, Taylor, Gantt y Gilbreth, quienes utilizaron ciertos principios de racionalización del trabajo para proyectar los puestos, definir métodos de estandarización y entrenar a las personas para obtener la máxima eficiencia posible. Además, ofrecían incentivos salariales (premios por producción) para asegurar la adhesión a los métodos de trabajo. Definían los puestos a partir de la división del trabajo y de la fragmentación de las tareas. Establecieron una separación rígida entre el pensar (gerencia) y el ejecutar

(obrero). El gerente manda y el obrero obedece y ejecuta las tareas simples y repetitivas. La eficiencia era la máxima preocupación.

Los aspectos principales del modelo clásico del diseño de puestos son:

La persona como apéndice de la máquina. El razonamiento es técnico, lógico y determinista. La tecnología está primero y las personas después. La tecnología (como el equipamiento, las máquinas, las herramientas, las instalaciones, el arreglo físico) es la base para el diseño de puestos. En otras palabras, el diseño de puestos sirve exclusivamente para la tecnología y para los procesos de producción. La persona es un simple recurso productivo. Con la introducción del modelo burocrático, el hombre se convirtió en un apéndice de la estructura organizacional.

Fragmentación del trabajo. Para cumplir con el razonamiento técnico, el trabajo se dividió y fragmentó con el objeto de que cada persona sólo haga una sub tarea simple y repetitiva, o sea, que tenga una función parcial, para ejecutarla de manera rutinaria y monótona, con una norma de tiempo para la ejecución y ciclos de producción que se deben cumplir. El trabajo de las personas se debe realizar en conjunto, en armonía, en forma de cadena coordinada. Es el concepto de la línea de montaje o la línea de producción; es decir, a lo largo del proceso productivo todo debe funcionar con la regularidad y el ritmo de un reloj y cada persona debe realizar una pequeña parte del producto que avanza a lo largo de la línea de producción. Toda actividad humana se estandariza.

Acento en la eficiencia. Cada obrero trabaja según el método y se ajusta a las reglas y los procedimientos establecidos. El trabajo es rítmico y se mide por estudios de tiempos y movimientos (tiempo estándar = 100% de eficiencia). El

obrero que logra una mayor eficiencia recibe premios por producción, dentro del concepto de homo economicus. La lógica fría de este enfoque es que el método producirá eficiencia y ésta aumentará las utilidades de la organización y las ganancias de los trabajadores serán mayores en razón de los incentivos salariales.

Permanencia. El diseño clásico parte del supuesto de la estabilidad y la permanencia del proceso productivo a largo plazo. Éste es definitivo y está hecho para durar por siempre. No se piensa en cambios.

El diseño clásico funciona dentro del enfoque de sistema cerrado; se excluyen las variables del sistema, para que las restantes funcionen dentro de una relación determinista de causa y efecto. Es la teoría de la máquina: la organización y las personas son cosas que funcionan dentro de una lógica simple y mecánica. El trabajador y el puesto reciben el mismo trato que las máquinas.

El diseño clásico busca obtener las ventajas siguientes:

1. Reducción de costos. Obreros con calificaciones mínimas y salarios bajos, para facilitar la selección y reducir los costos de entrenamiento.
2. Estandarización de las actividades. La homogeneización de las tareas facilita la supervisión y el control, lo que permite una amplitud administrativa mayor, con gran número de subordinados para cada supervisor.
3. Apoyo a la tecnología. La aplicación del principio de la línea de montaje era la manera de obtener el mejor rendimiento de la tecnología de la época.

En realidad, el diseño clásico produjo desventajas y limitaciones, a saber

1. Los puestos simples y repetitivos se vuelven monótonos y aburridos. Por lo mismo, provocan apatía, fatiga psicológica, desinterés y pérdida del significado del trabajo para el ocupante. En casos más graves producen efectos negativos como el resentimiento, la pérdida de ánimo y la resistencia activa de los obreros. Estos efectos negativos provocan rotación de personal, ausentismo y una precaria dedicación de las personas. Son efectos que pesan mucho en la pretendida reducción de costos e incluso llegan a superarla en algunos casos. Además, el diseño clásico sólo utiliza las habilidades manuales y físicas de las personas y desperdicia su mayor tesoro: la inteligencia.
2. Falta de motivación para el trabajo. Ante la falta de motivación intrínseca, las personas se suelen concentrar en las reivindicaciones y las expectativas de salarios más altos y mejores condiciones de trabajo como medio para compensar la insatisfacción, el descontento y la frustración con la tarea.
3. Trabajo individualizado y aislado. El trabajo se realiza en una situación de confinamiento social del ocupante. Aun cuando cada obrero trabaja con otras personas en la línea de montaje, cada uno tiene su tarea específica y ningún contacto interpersonal o social con sus compañeros. La interdependencia es con la tarea y no con los contactos personales. Las personas están físicamente juntas, pero socialmente distantes.
4. Monopolio del jefe. La relación de trabajo de cada trabajador es diádica; es decir, cada ocupante sólo se relaciona con su superior. El gerente monopoliza los contactos del trabajador con el resto de la organización. Todo pasa por él y nada ocurre sin su anuencia. La programación y el flujo secuencial del

trabajo son responsabilidad del gerente. El trabajador sólo ejecuta y no piensa. Con este modelo, al trabajador no le interesa ni es capaz de ejercer autodirección y control personal. Por tanto, la organización tiene que controlar, fiscalizar y monitorear su comportamiento.

5. Era del conocimiento. Las rápidas transformaciones sociales, culturales y económicas muestran que el diseño clásico tiende a crear o trasladar problemas para el futuro por cuatro razones fundamentales:
6. Los jóvenes de hoy reciben mejor educación e información y compondrán una fuerza de trabajo futura que sin lugar a dudas querrá puestos más significativos, desafiantes y consistentes con un esquema de formación y de conocimientos.
7. Las actitudes ante la autoridad cambian en cada generación y las personas de hoy propenden menos que sus antecesores a aceptar ciegamente las órdenes que les giran sus superiores.
8. Con el movimiento gradual de la sociedad hacia el bienestar social y la calidad de vida, ciertos puestos rutinarios y cíclicos se vuelven indeseables y se atribuyen a robots o equipamientos electrónicos. La tecnología está exterminando los puestos rudimentarios, sucios y viles, al mismo tiempo que crea puestos más innovadores y creativos.
9. Con el advenimiento de la era del conocimiento hay una migración de los empleos industriales a los empleos en el área de los servicios. Mientras que en el sector industrial las oportunidades de empleo disminuyen año con año, en el sector de los servicios crecen las ofertas de trabajo.

B.5.2.1.3. Modelo humanista

También se conoce como modelo de las relaciones humanas porque surgió de los experimentos de Hawthorne. Esto ocurrió a partir del surgimiento de la escuela de las relaciones humanas, en la década de 1930. El movimiento humanista fue una reacción pendular al mecanicismo de la administración tradicional de la época y trató de sustituir la ingeniería industrial por las ciencias sociales, la organización formal por la organización informal, al jefe por el líder, el incentivo salarial por las recompensas sociales y simbólicas, el comportamiento individual por el comportamiento en grupo y el organigrama por el sociograma. El concepto del homo economicus (la persona motivada exclusivamente por las recompensas salariales) se sustituyó por el concepto del homo social (la persona motivada por las recompensas sociales). La escuela de las relaciones humanas representó un intento por someter la administración autocrática e impositiva al espíritu democrático típicamente estadounidense. Con ella surgieron los primeros conceptos sobre liderazgo, motivación, comunicaciones y asuntos relacionados con las personas y su supervisión. El enfoque humanista sustituyó la importancia que antes se depositaba en las tareas (administración científica) y en la estructura organizacional (teoría clásica y de la burocracia) por la importancia dada a las personas y los grupos sociales.

B.5.2.1.4. Modelo de las contingencias

El modelo de las contingencias representa el enfoque más amplio y complejo porque considera tres variables simultáneamente: las personas, la tarea y la estructura de la organización. El nombre de contingente se deriva de la adaptación del diseño de puestos a esas tres variables. Como éstas asumen

características diferentes, el resultado es relativo y contingente y no es fijo ni estándar. Tanto el modelo clásico como el humanista dicen que el puesto se debe proyectar como algo definitivo y permanente, porque la expectativa de un ambiente estable y previsible permitía métodos y procedimientos estándar y repetitivos, ya que la tecnología utilizada permanecería constante durante mucho tiempo. En esos dos modelos la importancia se da a la estabilidad de los objetivos organizacionales, la tecnología y los factores ambientales y, por tanto, también a los procesos y los productos de la organización. De ahí la característica típica del diseño tradicional: el carácter definitivo y permanente de los puestos, como si éstos fueran perfectos y no requirieran modificaciones ni mejoras.

En el modelo de las contingencias el diseño del puesto no parte del supuesto de la estabilidad y la permanencia de los objetivos y los procesos de la organización, sino, por el contrario, es dinámico y se fundamenta en el cambio continuo y la revisión del puesto como una responsabilidad básica en manos del gerente o de su equipo de trabajo. Así, el modelo de las contingencias es cambiante, como resultado del avance personal del ocupante y del desarrollo tecnológico de la tarea. En un mundo global y de fuerte competencia, en el cual todo cambia, los puestos no pueden ser estáticos ni permanentes. La organización moderna exige productividad y calidad para alcanzar altos niveles de desempeño en razón de la mejora continua en la aplicación de los talentos creativos y la capacidad de autodirección y de control personal de sus miembros, en tanto que ofrece oportunidades de satisfacción de sus necesidades individuales. El modelo de las contingencias presupone la utilización de las capacidades de autodirección y control personal de las personas y, sobre todo, de objetivos definidos en conjunto

entre el ocupante y su gerente para hacer del puesto un verdadero factor motivacional. El gerente debe crear mecanismos para que las contribuciones de las personas puedan mejorar el desempeño del departamento y no simplemente consultar a los subordinados para satisfacer sus necesidades de participación y consideración.

Enriquecimiento de los puestos

El diseño de puestos con base en las contingencias es más dinámico en comparación con otros y privilegia el cambio en función del desarrollo personal del ocupante. En otros términos, permite la adaptación del puesto al potencial de desarrollo personal del ocupante. Esa adaptación continua se hace mediante el enriquecimiento de los puestos, término que significa la reorganización y la ampliación del puesto para acoplarlo al ocupante con el objeto de aumentar la satisfacción intrínseca al incrementar la variedad, la autonomía, el significado de las tareas, la identidad con las tareas y la realimentación. Según la teoría de los dos factores de Herzberg el enriquecimiento de los puestos es un camino para obtener la satisfacción intrínseca por medio del puesto. Se debe a que el puesto es demasiado pequeño para el espíritu de muchas personas. En otras palabras, los puestos no son lo bastante grandes para la mayoría de las personas y deben ser redimensionados. El enriquecimiento del puesto (o ampliación) es una manera práctica y viable para acoplar permanentemente el puesto al crecimiento profesional del ocupante. Consiste en aumentar de manera deliberada y gradual los objetivos, las responsabilidades y los desafíos de las tareas del puesto para ceñirlos a las características progresivas del ocupante. El enriquecimiento del puesto puede ser lateral u horizontal (carga lateral con la suma de nuevas

responsabilidades del mismo nivel) o vertical (carga vertical con la suma de nuevas responsabilidades más elevadas).

El acoplamiento del puesto al ocupante mejora la relación entre las personas y su trabajo, incluye nuevas oportunidades de iniciar otros cambios en la organización y en la cultura organizacional y de mejorar la calidad de vida en el trabajo. Lo que se espera del enriquecimiento de los puestos no es sólo una mejoría de las condiciones de trabajo sino, sobre todo, un aumento de la productividad y la reducción de los índices de rotación y ausentismo del personal. Una experiencia de este tipo introduce un nuevo concepto de cultura y clima organizacional, tanto en la fábrica como en el despacho: reducción de la gerencia y la jefatura, descentralización de la administración de personas, delegación de responsabilidades, mayores oportunidades de participación, etc. El enriquecimiento de los puestos ofrece las ventajas siguientes:

1. Elevada motivación intrínseca del trabajo
2. Desempeño de alta calidad en el trabajo
3. Elevada satisfacción con el trabajo
4. Reducción de faltas (ausentismo) y de separaciones (rotación)

Las personas que ejecutan trabajos interesantes y desafiantes están más satisfechas que quienes ejecutan tareas repetitivas y rutinarias. Los resultados del trabajo aumentan cuando están presentes tres estados psicológicos críticos en las personas que lo ejecutan, a saber.

1. Cuando la persona encara su trabajo como algo significativo o de valor
2. Cuando la persona se siente responsable por los resultados del trabajo
3. Cuando la persona conoce los resultados que obtiene al hacer el trabajo

modelo clasico	modelo humanista
<ul style="list-style-type: none"> • Importancia en la tarea y en la tecnología • Fundamentado en la estructura organizacional • Busca la eficiencia por medio del método y la racionalización del trabajo • Preocupación por el contenido del puesto • Sustentado en órdenes e imposiciones • El trabajador ejecuta y obedece • Concepto de <i>homo economicus</i> • Recompensas salariales y materiales 	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia en la persona y en el grupo social • Fundamentado en la interacción y en la dinámica de grupo. • Busca la eficiencia por medio de la satisfacción y la interacción de las personas. • Preocupación por el contexto del puesto, es decir, con su entorno social. • Sustentado en las comunicaciones • El trabajador participa en las decisiones. • Concepto de <i>homo social</i>. • Recompensas sociales y simbólicas

Figura 4. Tipos de modelados de puesto

Fuente: Chiavenato, (2009)

Concepto de descripción de los puestos

Describir un puesto significa relacionar lo que hace el ocupante, cómo lo hace, en qué condiciones y por qué. La descripción del puesto es un retrato simplificado del contenido y de las principales responsabilidades del puesto. Chiavenato, (2009).

El formato común de una descripción del puesto incluye el título del puesto, el resumen de las actividades que serán desempeñadas y las principales responsabilidades. Muchas veces, como muestra la figura, también incluye las relaciones de comunicación del puesto con otros puestos.

La descripción del puesto relaciona, de forma breve, las tareas, las obligaciones y las responsabilidades del puesto. Es narrativa y expositiva y se ocupa de los aspectos intrínsecos del puesto, es decir, de su contenido. Una vez hecha la descripción de los puestos viene el análisis, el cual aborda los aspectos

extrínsecos del puesto, es decir, cuáles son los requisitos que el ocupante debe cumplir para desempeñar el puesto.

Concepto de análisis de los puestos

Analizar un puesto significa detallar lo que exige de su ocupante en términos de conocimientos, habilidades y capacidades para que pueda desempeñar correctamente el puesto. El análisis se hace a partir de la descripción del puesto. Si bien están en estrecha relación, la diferencia radica en que la descripción se enfoca en el contenido del puesto (lo que el ocupante hace y cuándo, cómo y por qué lo hace) y el análisis de los puestos busca determinar cuáles son los requisitos físicos y mentales que el ocupante debe cumplir, las responsabilidades que el puesto le impone y las condiciones en que debe desempeñar el trabajo. Chiavenato, (2009).

Así, el análisis de los puestos se ocupa de las especificaciones del puesto en relación con la persona que lo ocupará; funciona como un análisis comparativo de las exigencias (requisitos) que el puesto impone a la persona que lo ocupará, desde el punto de vista mental y físico y las responsabilidades y las condiciones del trabajo. Para que el análisis de puestos tenga una base concreta de comparación, se debe fundamentar en los factores de las especificaciones

Métodos para reunir datos sobre los puestos

Existen tres métodos para obtener datos relativos a los puestos: la entrevista, el cuestionario y la observación. Veamos cada uno de ellos.

Método de la entrevista

Los datos relativos a los puestos se pueden obtener por medio de entrevistas. Existen tres tipos de entrevistas para tal efecto: las entrevistas individuales con cada trabajador, las entrevistas grupales con grupos de trabajadores que ocupan el mismo puesto y las entrevistas con el supervisor que conoce los puestos a analizar. Las entrevistas grupales se emplean cuando hay un número importante de ocupantes del mismo puesto, como en los casos de las cajas de los bancos, los operarios de máquinas similares, los oficinistas, los vendedores, etc. El supervisor inmediato debe dirigir las sesiones de los grupos y, a continuación, el supervisor será entrevistado por separado, para proporcionar a los trabajadores una perspectiva personal respecto a las obligaciones y las responsabilidades de su puesto.

La entrevista es el método más utilizado para reunir datos de los puestos y determinar sus obligaciones y responsabilidades. Las principales cuestiones que se abordan en una entrevista típica son:

1. *¿Usted qué puesto tiene?*
2. *¿Qué hace en él?*
3. *¿Cuándo lo hace: diaria, semanal o mensualmente?*
4. *¿Cómo lo hace? ¿Qué métodos y procesos emplea?*
5. *¿Por qué lo hace? ¿Cuáles son los objetivos y los resultados de su trabajo?*
6. *¿Cuáles son sus principales obligaciones y responsabilidades?*
7. *¿En qué condiciones físicas trabaja usted? ¿Cuáles son las exigencias de salud y de seguridad?*

8. *¿Qué escolaridad, experiencia y habilidades requiere su puesto?*
9. *¿Cuáles son los requisitos físicos que exige el puesto? ¿Cuáles son los requisitos mentales?*
10. *¿Quién es su proveedor interno (entradas) y su cliente externo (salidas)?*
11. *¿Quién es su superior inmediato? ¿Usted qué le reporta a él?*
12. *¿Quiénes son sus subordinados? Explique.*

Muchas entrevistas se estructuran mediante una lista de preguntas que plantea el entrevistador al efectuar la entrevista.

Método de la entrevista para reunir datos

1. *Es el método para obtener datos que se emplea con más frecuencia.*
2. *Permite que el ocupante del puesto presente una relación de sus actividades y comportamientos que otros no han podido definir.*
3. *Brinda oportunidades para airear las posibles frustraciones que genera el puesto y que el supervisor no percibe.*
4. *Es un método simple y rápido para obtener información.*

Contras:

1. *Puede distorsionar la información y presentar datos falsos o preconcebidos.*
2. *El ocupante puede exagerar ciertas responsabilidades y minimizar otras.*
3. *El ocupante puede legitimar su visión del puesto para obtener ventajas personales en razón de la remuneración o la importancia de su puesto.*

Método del cuestionario

Se pueden reunir datos de un puesto mediante cuestionarios que se reparten entre sus ocupantes o se entregan a su supervisor.

En la práctica, el cuestionario sigue la misma ruta que la entrevista, con la diferencia de que lo contesta el ocupante del puesto, su supervisor o los dos en conjunto. Algunos cuestionarios están bien estructurados y facilitan su llenado y utilización. La principal ventaja del cuestionario es que ofrece un medio eficiente y rápido para reunir información de un número importante de trabajadores, tiene un costo operacional más bajo que la entrevista. Por otra parte, su organización requiere de tiempo y de pruebas preliminares.

2.3. Definición de Términos

Demanda laboral. Tiene que ver con el contenido del cargo, la tarea y los deberes relacionados con el cargo en sí; producen un efecto de satisfacción duradera un aumento de la productividad hasta niveles de excelencia. Lealtad de nuestros clientes a nuestra marca. (Iniesta & Iniesta, 2010)

Perfil profesional. Es un 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 Fernández, (2007).

Competencia. Es un conjunto de conocimientos, destrezas y actitudes necesarias para ejercer una profesión, resolver problemas profesionales de forma autónoma y flexible y ser capaz de colaborar con el entorno profesional y en la organización del trabajo Bunk, (1994).

Egresado. Es el alumno que cursó un programa de estudios determinado, conforme a los requerimientos del mismo, es decir, aquel que cumplió satisfactoriamente el total de requisitos establecidos en la normatividad Gutiérrez, (2013).

Turismo. Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, con negocios y otros motivos OMT, (2007).

4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de Estudio

De acuerdo a la orientación:

Aplicada, se utilizó las teorías existentes de la ciencia de la educación, administración y turismo, en la solución del problema relacionado al perfil profesional y demanda laboral del egresado de la Escuela Profesional de Turismo.

De acuerdo a la técnica contrastación:

Correlacional: tuvo por finalidad describir la relación entre las variables perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

4.2. Diseño de Investigación

No experimental: El presente estudio de investigación es de tipo no experimental debido a que no se manipularon ninguna de las variables en estudio.

Transversal: El estudio de la investigación se ha desarrollado en un periodo de tiempo específico, ya que los datos se recolectaran en un solo corte de tiempo delimitado (2013-2016). y el análisis en un momento dado *in- situ*.

4.3. Población

Población 01.

La población estuvo conformado por 72 egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la Ciudad de Huaraz en el periodo de 2013-2016, los cuales están registrados en la base de datos de la Dirección de la Escuela. A quienes se les ha aplicado una encuesta.

Población 02.

La población estuvo conformado por 10 gerentes, administradores y/o representantes de las instituciones públicas y privadas. A quienes se les ha aplicado una encuesta.

Población 03.

La población estuvo conformado por 01 Director de la Escuela Profesional de Turismo – UNASAM, a quien se le aplicó una entrevista.

4.4. Unidad de Análisis y Muestra

Unidad de análisis 01

Egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”

Unidad de análisis 02

Los gerentes, administradores y/o representantes de las instituciones públicas, privadas.

Unidad de análisis 03:

El Director de la Escuela Profesional de Turismo – UNASAM.

Población muestral:

Se consideró a los 72 egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la Ciudad de Huaraz en el periodo de 2013-2016; a los 10 Gerentes, Administradores y/o representantes de las instituciones públicas y privadas y al Director de la Escuela Profesional de Turismo – UNASAM.

4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

La técnica empleada para esta investigación fue la encuesta. El cuestionario, ha sido el instrumento para la recolección de datos definiendo como “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables e indicador”, Sampieri, (2010), utilizado preguntas con alternativas tipo Likert de respuesta tipo escala, en función a la naturaleza del indicador.

Se formularon preguntas para las variables en función a los indicadores expuestos en el presente.

La fiabilidad del cuestionario se hizo a través del estadístico de medida del Alfa de Cronbach. Su validez como instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia del instrumento se puede estimar con este recurso estadístico. La medida de la fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados Quezada, (2015). Cuanto más cerca se encuentre el valor del Alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad

de la escala dado obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación.

4.6. Análisis estadístico e interpretación de datos

Para el análisis de datos se usó el análisis estadístico, a través de la estadística relacional para las variables tomadas individualmente y se presentan en una introducción de frecuencias, específicamente en tablas.

Este análisis se realizó de acuerdo con la codificación que se estableció para la recolección de datos preparados para la medición y a través del SPSS v.24. Con este programa se muestran los porcentajes de acuerdo al número de indicadores de las variables. Los porcentajes obtenidos facilitan la elaboración de gráficos de cada una de las variables estadísticas para este aporte de investigación. De los resultados del análisis de datos se obtuvieron las recomendaciones y conclusiones.

4.7. Ética de la Investigación

El presente informe no presenta ningún tema, concepto o definición que atente contra la integridad individual, institucional, étnico, ni comunitario de nuestra sociedad. Este proyecto contiene conceptos, definiciones y terminologías que corresponden a un marco teórico relacionados a la ciencias de la educación, teorías administración y turismo, comúnmente aceptados en la comunidad científica.

5. RESULTADOS

5.1. Relación del perfil profesional y la demanda laboral en los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

- **Datos Generales**

Tabla 4. Área de dominio esencial en su desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Marketing turístico	24	33,3	33,3	33,3
	Gestión turística	20	27,8	27,8	61,1
	Planes y proyectos turísticos	15	20,8	20,8	81,9
	Socio-personal	13	18,1	18,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En este estudio se ha realizado la encuesta a los 72 egresados, donde el 33,3% desempeñan su labor en el marketing turístico, el 27,8 % se desempeñan en gestión turística.

Tabla 5. Meses en los que brindó sus servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Más de 36	31	43,1	43,1	43,1
	6-12 meses	24	33,3	33,3	76,4
	12-36 meses	10	13,9	13,9	90,3
	1-3 meses	7	9,7	9,7	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Los resultados en la tabla se aprecia que el 43,1% brindó sus servicios más de 36 meses, al tanto que, el 33,3 % de los encuestados brindaron sus servicios entre 6 a 12 meses.

- **Datos de la Variable Independiente: Perfil Profesional**

Tabla 6. Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	32	44,4	44,4	44,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	72,2
	De acuerdo	8	11,1	11,1	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En los resultados respecto a la capacidad de trabajo en equipo, los encuestados respondieron que están en “en desacuerdo” en un 44.4%; mientras que el 27,8% mencionan que están “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 7. Desarrolla ideas emprendedoras y/o novedosas en su puesto de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	De acuerdo	15	20,8	20,8	63,9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	14	19,4	19,4	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

El 43,1% mencionaron que están “en desacuerdo”, mientras que el 20.8% están “de acuerdo”.

Tabla 8. Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	40	55,6	55,6	55,6
	Muy de acuerdo	15	20,8	20,8	76,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Los resultados respecto a la capacidad de liderazgo respondieron que el 55,6% están “en desacuerdo”, mientras que el 20,8% mencionan que están “muy de acuerdo”.

Tabla 9. En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	32	44,4	44,4	44,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	72,2
	De acuerdo	8	11,1	11,1	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En correlación a si los encuestados planifica las actividades turísticas mencionaron que el 44,4% están “en desacuerdo”, el 27,8% mencionaron “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 10. Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	21	29,2	29,2	72,2
	De acuerdo	8	11,1	11,1	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En relación a desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos los encuestados respondieron que el 43,1% están “en desacuerdo”, por otro lado el 29,2% dijo “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 11. Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	16	22,2	22,2	70,8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Ante la pregunta de diseñar planes de negocios turísticos los encuestados respondieron que 48,6% están “muy en desacuerdo”, el 22,2% están “de acuerdo”.

Tabla 12. Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sobre la investigaciones en área de turismo el 48,6% de los encuestados mencionaron estar “muy en desacuerdo”, el 20,8% dijo “de acuerdo”.

Tabla 13. Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	21	29,2	29,2	72,2
	De acuerdo	8	11,1	11,1	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

El 43,1% mencionaron que están en “desacuerdo”, el 29,2% dijeron estar “ni de acuerdo/Ni en desacuerdo”

Tabla 14. Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	16	22,2	22,2	70,8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En relación a la interrogante sobre las habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico el 48,6% de los encuestados mencionaron estar “muy en desacuerdo”, mientras el 22,2% dijeron estar “de acuerdo”.

Tabla 15. Demuestra conocimiento en ejercer la gerencia en área de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	76,4
	De acuerdo	8	11,1	11,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total		72	100,0	100,0

Ante la pregunta si demuestra conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo el 48,6% de los encuestados dijeron estar “muy en desacuerdo”, el 27,8% indicó “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 16. Tiene conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	14	19,4	19,4	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Los resultados sobre si tiene conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo, el 48,6% indicaron que están “muy en desacuerdo”, el 20,8% indicó estar “de acuerdo”.

Tabla 17. Demuestra habilidades para gerenciar empresas prestadoras de servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	70,8
	De acuerdo	9	12,5	12,5	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total		72	100,0	100,0

Ante el cuestionario si demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos el 43,1% de los encuestados indicaron estar “en desacuerdo”, el 27,8% mencionaron estar “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

- **Datos de la Variable Dependiente: Demanda laboral**

Tabla 18. En su trabajo le permiten desarrollar múltiples funciones (Variedad)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Los resultados respecto a la pregunta si en su trabajo le permite desarrollar múltiples funciones el 48,6% indicó que está “muy en desacuerdo”, mientras el 20,8% mencionó estar “de acuerdo”.

Tabla 19. Tiene libertad en su centro de labor para planear y programar su trabajo (Autonomía)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	21	29,2	29,2	77,8
	De acuerdo	8	11,1	11,1	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Los resultados en relación si tiene libertad en su centro de labor para planear y programar su trabajo el 48,6% mencionó estar “muy en desacuerdo”, el 29,2% indicó estar “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 20. Puede escoger el lugar y método de trabajo (Autonomía)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	16	22,2	22,2	70,8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En la interrogante si puede escoger el lugar y método de trabajo el 48,6% mencionó estar “muy en desacuerdo”, el 22,2% indicó estar de “acuerdo”.

Tabla 21. Se siente estable es su puesto de trabajo (Autonomía)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total		72	100,0	100,0

Respecto a que si se siente estable es su puesto de trabajo el 48,6% de los encuestados mencionaron estar “muy en desacuerdo”, mientras el 20,8% puntualizó estar “de acuerdo”.

Tabla 22. Cree que en su puesto de trabajo consideran importante las experiencias laborales (Significado de las tareas)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	39	54,2	54,2	54,2
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	21	29,2	29,2	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total		72	100,0	100,0

Ante la interrogante si es importante la experiencia laboral, el 54,2% puntualizó estar “de acuerdo”, el 29,2% mencionó “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 23. Considera que las funciones que desempeña pertenecen al área de turismo (Significado de las tareas)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	28	38,9	38,9	38,9
	Muy en desacuerdo	27	37,5	37,5	76,4
	De acuerdo	9	12,5	12,5	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total		72	100,0	100,0

Cuando se les encuestó si sus funciones que desempeña pertenecen al área de turismo el 38,9% indicó que están “en desacuerdo”, mientras el 37,5% manifestó estar “muy en desacuerdo”.

**Tabla 24. Está de acuerdo con el cargo que desempeña en su puesto de trabajo
(Significado de las tareas)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	32	44,4	44,4	44,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	72,2
	De acuerdo	8	11,1	11,1	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En relación si está de acuerdo con el cargo que desempeña en su puesto de trabajo el 44,4% de los encuestados mencionó estar “en desacuerdo”, mientras el 27,8% indicó “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

**Tabla 25. Está satisfecho con su puesto de trabajo en el tipo de institución que
labora (Identidad de las tareas)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	De acuerdo	15	20,8	20,8	63,9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	14	19,4	19,4	83,3
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Ante el cuestionario si está satisfecho con su puesto de trabajo en el tipo de institución que labora el 43,1% indicó estar “en desacuerdo”, el 20,8% manifestó estar “de acuerdo”.

**Tabla 26. Considera acertada la evaluación en su puesto de trabajo
(Retroalimentación)**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	44	61,1	61,1	61,1
	De acuerdo	9	12,5	12,5	73,6
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	84,7
	En desacuerdo	7	9,7	9,7	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Cuando se les interrogó si considera acertada la evaluación en su puesto de trabajo el 61,1% manifestó estar “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”, el 12,5% dijo estar “de acuerdo”.

Tabla 27. Se siente realizado como profesional en turismo en su puesto de trabajo (Retroalimentación)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	76,4
	De acuerdo	8	11,1	11,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Respecto si se siente realizado como profesional en turismo en su puesto de trabajo el 48,6% mencionó estar “muy en desacuerdo”, el 27,8% indico “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 28. Califica positivamente el perfil profesional de la Escuela de Turismo (Perfil profesional)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	14	19,4	19,4	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sobre la calificación del perfil profesional de la Escuela de Turismo el 48,6% manifestó que está en “muy en desacuerdo”, el 20,8% indicó estar “de acuerdo”.

Tabla 29: Considera que el perfil profesional está de acuerdo a la demanda del mercado laboral (Perfil profesional)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	20	27,8	27,8	76,4
	De acuerdo	9	12,5	12,5	88,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En relación al perfil profesional si está de acuerdo a la demanda del mercado laboral el 48,6% indicó está “muy en desacuerdo”, mientras el 27,8% manifestó estar “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”.

Tabla 30. Tiene satisfacción de la formación profesional que recibió en la universidad (Perfil profesional)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	35	48,6	48,6	48,6
	De acuerdo	15	20,8	20,8	69,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	87,5
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Ante la pregunta si el encuestado está satisfecho de la formación profesional el 48,6% indicó estar “muy en desacuerdo”, el 20,8% manifestó estar “de acuerdo”.

Tabla 31. Cree que existen buenas oportunidades de trabajo como profesional en turismo (Demanda laboral)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	29	40,3	40,3	40,3
	De acuerdo	25	34,7	34,7	75,0
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	93,1
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Sobre si existen buenas oportunidades de trabajo como profesional en turismo el 40,3% de los encuestados indicaron que están “muy de acuerdo”, 34,7% manifestó estar “de acuerdo”.

Tabla 32. Compite con profesionales relacionados a otras áreas (Demanda laboral)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	31	43,1	43,1	43,1
	De acuerdo	24	33,3	33,3	76,4
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	13	18,1	18,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

En relación si compite con profesionales relacionados a otras áreas el 43,1% puntualizó estar “muy de acuerdo”, mientras el 33,3% indicaron que están “de acuerdo”.

Tabla 33. Cree que las instituciones privadas y públicas ofrecen oportunidades laborales a los profesionales en Turismo (Demanda laboral)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	44	61,1	61,1	61,1
	De acuerdo	15	20,8	20,8	81,9
	Muy de acuerdo	8	11,1	11,1	93,1
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	98,6
	En desacuerdo	1	1,4	1,4	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Respecto a que si las instituciones privadas y públicas ofrecen oportunidades laborales a los profesionales en Turismo el 61,1% puntualizó que están “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”, el 20,8% indicó estar “de acuerdo”.

Tabla 34. Está convencido que su institución y/o empresa en el futuro requerirá profesionales en turismo (Demanda laboral)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	45	62,5	62,5	62,5
	Muy de acuerdo	15	20,8	20,8	83,3
	De acuerdo	8	11,1	11,1	94,4
	Muy en desacuerdo	4	5,6	5,6	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Ante el cuestionario si está convencido que su institución y/o empresa en el futuro requerirá profesionales en turismo el 62,5% indicó que esta “ni de acuerdo/ni en desacuerdo”, el 20,8% manifestó que están “muy de acuerdo”.

Tabla 35. A su opinión, considera que el perfil profesional se relaciona con la demanda laboral (Demanda laboral)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	45	62,5	62,5	62,5
	Muy de acuerdo	19	26,4	26,4	88,9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	5	6,9	6,9	95,8
	En desacuerdo	3	4,2	4,2	100,0
	Total	72	100,0	100,0	

Finalmente, sobre el perfil profesional si se relaciona con la demanda laboral el 62,5% manifestó estar “de acuerdo”, mientras el 26,45% está “muy de acuerdo”.

• **Cruce de indicadores de la variable independiente * Perfil Profesional**

Tabla 36. Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo *

Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	7
	En desacuerdo	25	5	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Tiene capacidad de trabajo en equipo en su puesto de trabajo	Muy de acuerdo	8	8	8
	De acuerdo	0	8	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	20	20
	En desacuerdo	1	32	32
	Muy en desacuerdo	4	4	4
Total		13	72	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,975 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	124,764	12	,000
Asociación lineal por lineal	23,412	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 37. Desarrolla ideas emprendedora y/o novedosas en su puesto de trabajo

*** Demanda laboral**

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Desarrolla ideas emprendedora y/o novedosas en su puesto de trabajo	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14	0
	En desacuerdo	25	4	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		

Desarrolla ideas emprendedora y/o novedosas en su puesto de trabajo	Muy de acuerdo	8	8
	De acuerdo	0	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14
	En desacuerdo	1	31
	Muy en desacuerdo	4	4
Total		13	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	178,414 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	154,558	12	,000
Asociación lineal por lineal	25,817	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 38. Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo *

Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo	Muy de acuerdo	0	0	7
	De acuerdo	25	5	9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	0
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Considera importante la capacidad de liderazgo en el área de turismo	Muy de acuerdo	8	15	
	De acuerdo	1	40	
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	
	Muy en desacuerdo	4	4	
Total		13	72	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	97,236 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	96,181	9	,000
Asociación lineal por lineal	,024	1	,878
N de casos válidos	72		

Tabla 39. En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	7
	En desacuerdo	25	5	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
			Alta: 81%-100%	
En su puesto de trabajo planifica las actividades turísticas	Muy de acuerdo	8	8	8
	De acuerdo	0	8	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	20	20
	En desacuerdo	1	32	32
	Muy en desacuerdo	4	4	4
Total		13	72	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,975 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	124,764	12	,000
Asociación lineal por lineal	23,412	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 40. Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14	7
	En desacuerdo	25	4	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Tiene el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos	Muy de acuerdo	8	8	
	De acuerdo	0	8	
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	21	
	En desacuerdo	1	31	
	Muy en desacuerdo	4	4	
Total		13	72	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	138,748 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	127,825	12	,000
Asociación lineal por lineal	23,348	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 41. Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos *

Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	1	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	0
	Muy en desacuerdo	25	4	1
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Posee conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos	Muy de acuerdo	8	8	
	De acuerdo	0	16	
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	
	Muy en desacuerdo	5	35	
Total		13	72	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	145,181 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	127,204	9	,000
Asociación lineal por lineal	33,500	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 42. Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo *

Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	0
	En desacuerdo	0	1	0
	Muy en desacuerdo	25	4	1
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Tiene la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	Muy de acuerdo	8		8
	De acuerdo	0		15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0		13
	En desacuerdo	0		1
	Muy en desacuerdo	5		35
Total		13		72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	153,149 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	134,685	12	,000
Asociación lineal por lineal	34,320	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 43. Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores

profesionales * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14	7
	En desacuerdo	25	4	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Utiliza su habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales	Muy de acuerdo	8	8	
	De acuerdo	0	8	
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	21	
	En desacuerdo	1	31	
	Muy en desacuerdo	4	4	
Total		13	72	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	138,748 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	127,825	12	,000
Asociación lineal por lineal	23,348	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 44. Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	1	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	0
	Muy en desacuerdo	25	4	1
	Total	25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Tiene habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico	Muy de acuerdo	8	8	
	De acuerdo	0	16	
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	
	Muy en desacuerdo	5	35	
	Total	13	72	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	145,181 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	127,204	9	,000
Asociación lineal por lineal	33,500	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 45. Demuestra conocimiento en ejercer gerencias en el área de turismo *

Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Demuestra conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	7
	En desacuerdo	0	1	0
	Muy en desacuerdo	25	4	1
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Demuestra conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo	Muy de acuerdo	8		8
	De acuerdo	0		8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0		20
	En desacuerdo	0		1
	Muy en desacuerdo	5		35
Total		13		72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	114,474 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	108,788	12	,000
Asociación lineal por lineal	33,208	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 46. Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Tiene conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	0	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14	0
	Muy en desacuerdo	25	4	1
	Total	25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Tiene conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo	Muy de acuerdo	8	8	8
	De acuerdo	0	15	15
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	14	14
	Muy en desacuerdo	5	35	35
Total		13	72	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	153,149 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	134,685	9	,000
Asociación lineal por lineal	34,109	1	,000
N de casos válidos	72		

Tabla 47. Demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos	Muy de acuerdo	0	0	0
	De acuerdo	0	1	8
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	13	7
	En desacuerdo	25	4	1
	Muy en desacuerdo	0	0	0
Total		25	18	16

		Demanda laboral		Total
		Alta: 81%-100%		
Demuestra habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos	Muy de acuerdo	8	8	8
	De acuerdo	0	9	9
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	0	20	20
	En desacuerdo	1	31	31
	Muy en desacuerdo	4	4	4
Total		13	72	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	132,184 ^a	12	,000
Razón de verosimilitud	122,381	12	,000
Asociación lineal por lineal	22,745	1	,000
N de casos válidos	72		

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

- **Hipótesis de investigación:**

“El perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016”.

- **Hipótesis estadístico:**

H₀: “El perfil profesional no se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

H_a: “El perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016”.

- **Nivel de significancia:** $\alpha = 0.05$

Id	Item	Sig	¿Relación?
1	Capacidad de trabajo en equipo.	0.000	Sí
2	Capacidad emprendedora.	0.000	Sí
3	Capacidad de liderazgo en área de turismo.	0.000	Sí
4	Capacidad de gestionar actividades turísticas.	0.000	Sí
5	Conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos.	0.000	Sí
6	Conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos.	0.000	Sí
7	Habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	0.000	Sí
8	Habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales	0.000	Sí
9	Habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico	0.000	Sí
10	Conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo.	0.000	Sí
11	Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo	0.000	Sí
12	Habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos	0.000	Sí

Para la contrastación de la hipótesis con el uso del X^2 , se hace necesario hacer la correlación de cada indicador de la variable independiente (Perfil profesional) con la variable dependiente. Como se aprecia en la tabla resumen (que concentra las tablas cruce visto anteriormente), los 12/12 indicadores pertenecientes a la variable independiente tienen una asociación con la variable dependiente, es decir, hay una relación significativa al 100% con demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM. Se hace esta aseveración en razón al nivel de significancia de cada uno que está indicada de manera estadística. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de trabajo que postula:

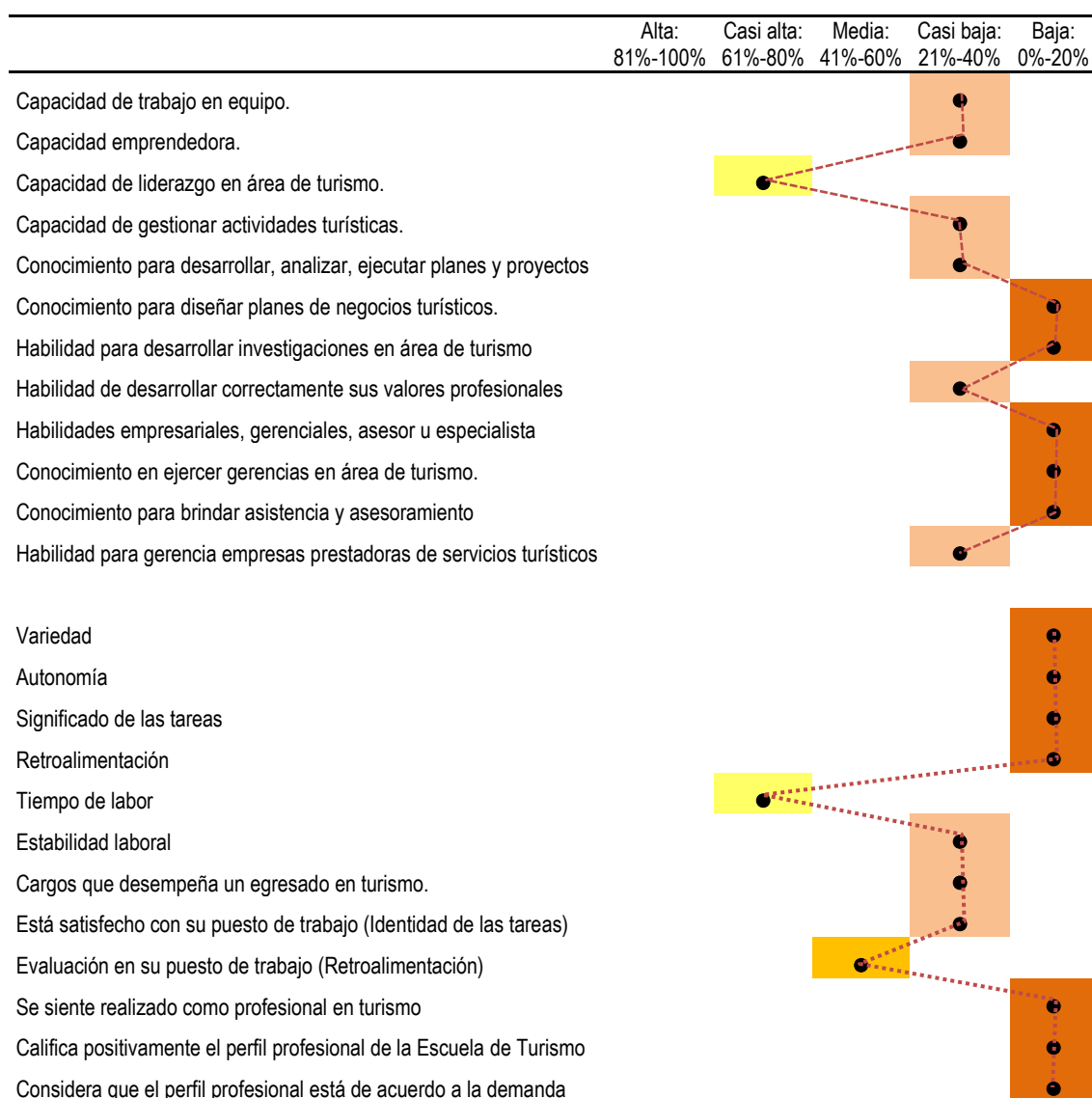
- **Conclusión:**

El perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM 2013-2016.

Tabla 48. Evaluación cuantitativa y cualitativa por indicador de cada variable

	Alta: 81%- 100%	Casi alta: 61%- 80%	Media: 41%- 60%	Casi baja: 21%- 40%	Baja: 0%- 20%
Capacidad de trabajo en equipo.	11,1%	11,1%	27,8%	44,4%	5,6%
Capacidad emprendedora.	11,1%	20,8%	19,4%	43,1%	5,6%
Capacidad de liderazgo en área de turismo.	20,8%	55,6%	18,1%	0,0%	5,6%
Capacidad de gestionar actividades turísticas.	11,1%	11,1%	27,8%	44,4%	5,6%
Conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar planes y proyectos tcos	11,1%	11,1%	29,2%	43,1%	5,6%
Conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos.	11,1%	22,2%	18,1%	0,0%	48,6%
Habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo	11,1%	20,8%	18,1%	1,4%	48,6%
Habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales	11,1%	11,1%	29,2%	43,1%	5,6%
Habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista	11,1%	22,2%	18,1%	0,0%	48,6%
Conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo.	11,1%	11,1%	27,8%	1,4%	48,6%
Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo	11,1%	20,8%	19,4%	0,0%	48,6%
Habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos	11,1%	12,5%	27,8%	43,1%	5,6%
Variedad	11,1%	20,8%	18,1%	1,4%	48,6%
Autonomía	11,1%	11,1%	29,2%	0,0%	48,6%
Significado de las tareas	11,1%	22,2%	18,1%	0,0%	48,6%

Retroalimentación	11,1%	20,8%	18,1%	1,4%	48,6%
Tiempo de labor	11,1%	54,2%	29,2%	0,0%	5,6%
Estabilidad laboral	11,1%	12,5%	0,0%	38,9%	37,5%
Cargos que desempeña un egresado en turismo.	11,1%	11,1%	27,8%	44,4%	5,6%
Está satisfecho con su puesto de trabajo (Identidad de las tareas)	11,1%	20,8%	19,4%	43,1%	5,6%
Evaluación en su puesto de trabajo (Retroalimentación)	11,1%	12,5%	61,1%	9,7%	5,6%
Se siente realizado como profesional en turismo en su puesto de trabajo	11,1%	11,1%	27,8%	1,4%	48,6%
Califica positivamente el perfil profesional de la Escuela de Turismo	11,1%	20,8%	19,4%	0,0%	48,6%
Considera que el perfil profesional está de acuerdo a la demanda del mercado laboral (Perfil profesional)	11,1%	12,5%	27,8%	0,0%	48,6%
Promedio	0	2	1	8	12



- **Prueba de Fiabilidad**

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,990	30

El aplicarse la prueba del Alfa de Cronbach para determinar la validez y la fiabilidad de las encuestas se distingue la fiabilidad es igual a 99% lo que indica que el instrumento utilizado es preciso para la medición.

5.2. Relación de las capacidades con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM.

- **Hipótesis de investigación:**

“Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

- **Hipótesis estadístico:**

H₀: “Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

H_a: “Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

Capacidades * Demanda laboral

		Demanda laboral			
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%	Alta: 81%-100%
Capacidades	Alta: 81%-100%	0	0	0	8
	Casi alta: 61%-80%	0	0	15	0
	Media: 41%-60%	25	18	1	1
	Baja: 0%-20%	0	0	0	4
	Total	25	18	16	13

		Total
Capacidades	Alta: 81%-100%	8
	Casi alta: 61%-80%	15
	Media: 41%-60%	45
	Baja: 0%-20%	4
	Total	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	130,985 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	117,829	9	,000
Asociación lineal por lineal	9,373	1	,002
N de casos válidos	72		

Debido a que en la contrastación de las capacidades y la demanda laboral se genera un p-valor igual a 0.000 y siendo éste inferior al límite que establece la prueba correspondiente, se rechaza la hipótesis nula aceptándose la alterna o de trabajo que postula:

- **Conclusión**

“Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

5.3. Relación de las competencias con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

- **Hipótesis de investigación:**

“Las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

- **Hipótesis estadístico:**

H₀: “Las competencias no se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

H_a: “Las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

Competencias * Demanda laboral

		Demanda laboral		
		Casi baja: 21%-40%	Media: 41%-60%	Casi alta: 61%-80%
Competencias	Alta: 81%-100%	0	0	0
	Casi alta: 61%-80%	0	0	15
	Media: 41%-60%	0	14	0
	Baja: 0%-20%	25	4	1
	Total	25	18	16

		Demanda laboral	
		Alta: 81%-100%	Total
Competencias	Alta: 81%-100%	8	8
	Casi alta: 61%-80%	0	15
	Media: 41%-60%	0	14
	Baja: 0%-20%	5	35
	Total	13	72

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	153,149 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	134,685	9	,000
Asociación lineal por lineal	34,109	1	,000
N de casos válidos	72		

Debido a que en la contrastación de las competencias y la demanda laboral se genera un p-valor igual a 0.000 y siendo éste inferior al límite que establece la prueba correspondiente, se rechaza la hipótesis nula aceptándose la alterna o de trabajo que establece:

- **Conclusión**

“Las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM”.

6. DISCUSIÓN

El tema seleccionado -perfil profesional- es fundamental en su análisis debido a que, como menciona el marco teórico, *“toma el aspecto de la percepción o punto de vista del egresado”*, Fernández (2007), además, *“es un 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. Así, los perfiles profesionales del mercado actual tienen dos características primordiales. En primer lugar, éstos son dinámicos, pues evolucionan y cambian según la demanda laboral y el mercado laboral. Deben considerar la demanda social es decir, las necesidades sociales de los grupos que son objeto de la intervención. Pero también son analíticos, pues posibilitan a orientar y promover el comportamiento futuro e identifican espacios y acciones. Y obedecen a la racionalidad esbozada por el currículo del plan de estudios.*

En este estudio se ha tomado como objeto de análisis a los egresados que laboran públicas y privadas que consta de 72 egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de la Ciudad de Huaraz en el periodo de 2013-2016, los cuales están registrados en la base de datos de la Dirección de la Escuela Profesional de Turismo.

El cuestionario, utilizado como instrumento para la recolección de datos se presentó a cada uno de los egresados viene laborando como objeto de estudio también a los Gerentes, Administradores y/o representantes de las instituciones públicas y privadas y se solicitó responder cada uno de las preguntas que

representan los indicadores de las variables de estudio asimismo la entrevista al Director de la Escuela Profesional de Turismo.

El objetivo principal del presente trabajo es determinar la relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.

Para comenzar, es preciso analizar (Tabla “Evaluación cuantitativa y cualitativa por indicador de cada variable” el primer componente o dimensión, es decir, las **CAPACIDADES**. Se debe entender que la capacidad según Calvo, (2005), sostiene que es un proceso a través del cual todos los seres humanos reunimos las condiciones para aprender y cultivar distintos campos del conocimiento. Inicialmente nos planteamos como propuesta tentativa que los egresados no llegan a cubrir las expectativas y requerimiento de las empresas porque carecían de capacidades que no se han reforzado en el proceso de formación del estudiante universitario y existe una relación significativamente; sin embargo luego de aplicar las encuestas y haciendo análisis en términos cualitativos y cuantitativos. Se aprecia que en los indicadores **capacidad de trabajo en equipo** (es decir, 44.4%), capacidad **emprendedora** (43.1%), **capacidad para gestionar actividades turísticas** (44.4%), es “casi baja”, tal como se puede observar en las Tablas 7, 8, y 10, asimismo la **capacidad de liderazgo** (55.6%) que se traduce como “casi alta en razón a que en la Tabla 9. De la cual se infiere que los egresados carecen de las capacidades profesionales para desempeñarse en su puesto de trabajo, esto podría ser debido a que no se reestructuró el currículo o no hubo preocupación por parte de las autoridades de la Escuela profesional de Turismo en realizar alguna investigación donde se evidencia los requerimientos de las capacidades que debe poseer un egresado

de turismo de acuerdo al tipo de institución. También podemos observar los resultados estadísticos en el **anexo (tabla A, B, C, D, E)**, Afirman los empresarios, que los egresados en turismo durante el periodo de trabajo no desarrollan aportes profesionales en su área de trabajo por tanto el 40% menciona que está de acuerdo que todos los egresados deben desarrollar aporte profesional donde se evidencia todos los conocimientos y capacidades de los egresados de Turismo de la UNASAM.

En el análisis de la dimensión de **COMPETENCIAS**, el autor Helleriegel, (2009), menciona que es la combinación de conocimientos, habilidades, comportamientos y actitudes que contribuyen a la efectividad personal. Y requiere un análisis en términos cualitativos y cuantitativos. Los indicadores de: **conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar planes y proyectos turísticos (43.1%)**, **habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales (43.1%)** y **habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos (43.1%)**, es “casi baja” en razón la Tabla 11, 14 y 18. En el caso de **conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos (48.6%)**, **habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo (48.6%)**, **habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista** en el rango de (0% a 20), **conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo (48.6%)** y **conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo (0% a 20%)**, “bajo” de acuerdo a la tabla 12,13, 15, 16 y 17. Analizando los cuadros de resultado hay una significativa relación de la competencia con la demanda laboral, sin embargo los egresados en su puesto de trabajo presentan muchas dificultades y carencias de competencias laborales ya que esos resultados no son óptimos que garantice la permanencia en su puesto de trabajo.

De la cual observamos los resultados estadísticos tomados en un pequeño porcentaje en el **anexo (tabla A, B, C, D, E)**. En el cual las instituciones públicas y/o privados Califican las competencias de los egresados de Turismo de la UNASAM es “regular” y cuando hablamos de competencias laborales esa calificación no es convincente para desempeñarnos en nuestro puesto de trabajo también mencionan que las competencias son muy importantes para ser un profesional diferenciado y ello se verifica en resultados como aportes, cooperación y propuestas nuevas en su puesto de trabajo, también afirman que la prioridad de requerimientos del profesional en Turismo son las Competencia (uso de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos) y aceptan a egresados que tienen capacidad específicamente en una función pero a un corto plazo de trabajo y consideran **casi indispensable** la evaluación de la demanda laboral. Esto podría ser a que en nuestra descripción del problema hacíamos una descripción tentativa en base a las aseveraciones de los egresados como también por percepción propia en la observación de los egresados en su puesto de trabajo y afirmaban que competían con profesionales de otras carreras profesionales y que las instituciones dan prioridad a profesionales de otras áreas y en base a las afirmaciones de los gerentes, administradores y/o representantes preferían dar oportunidad a los profesionales de otras áreas ya que ellos reunían muchas condiciones en la etapa de evaluación del personal asimismo ya tienen referencia de dicha profesional en cambio eso no sucede con los profesionales de turismo ya que no tenían bien en claro cuál era la formación de los egresados en turismo y ningún representante de la universidad desarrollo una investigación sobre de los requerimientos actuales del mercado laboral.

En el análisis de la dimensión de **PUESTO DE TRABAJO**, requiere un análisis en términos cualitativos y cuantitativos, se aprecia **variedad, autonomía, significado de las tareas, retroalimentación** es “baja” y una concentración de respuestas en (48.6%), **tiempo de labor**, es “casi alta” (61% a 80%) en razón a la Tabla 19, 20, 21, 22 y 23. Según Chiavenato, (2009). El puesto se compone de todas las actividades que desempeña una persona (el ocupante), que se engloban en un todo unificado y que aparece en cierta posición formal en el organigrama de la compañía.

Asimismo la guía de entrevista aplicada al Director de la Escuela Profesional de Turismo – UNASAM. Se transcribe de acuerdo a su respuesta de acuerdo a la variable de estudio **perfil profesional** del currículo de la Escuela se ha reestructurado 3 veces desde su creación en el año 1997, 2002 y 2007; se realizaron entrevistas a las empresas para diagnosticar cual era la necesidad de empleo, para optar el perfil adecuado de nuestros estudiantes y no se hizo previos estudios de la demanda laboral, ya que no se tiene mayor conocimiento de la mayoría de los egresados de la universidad. Por lo tanto como egresadas de la Escuela Profesional de Turismo se confirma el diagnóstico del problema ya que según Peñaloza (2005), sostiene que los perfiles de las carreras no valen nada y pueden resultar sólo un ejercicio especulativo, si los contenidos de los currículos y la manera de organizarlos contradicen a los objetivos de dichos perfiles o se desvían de ellos. En ese sentido, las instituciones de educación superior es decir la universidades públicas y/o privadas cumplen un papel muy importante en el contexto socio político, económico y cultural de una nación por el compromiso que tiene como agente de cambio a través de la educación e investigación por tanto se debe buscar una relevancia y pertinencia de los

perfiles profesionales de las carreras de turismo y por ende de la mejora continua de los currículos por medio de la vigencia, diversificación y evaluación pertinente. También la Ley universitaria N° 30220, (2014). Sostiene que la currícula y/o plan de estudios se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos ya que permite que las áreas de dominio estén bien establecidas del perfil profesional de la carrera profesional.

El currículo, es muy importante dentro de la formación de un estudiante universitario y no se ha reestructurado un aproximado de 10 años y los egresados en ese periodo muestran ciertas dificultades y carencias para insertarse al mercado laboral.

Tomando como referencia a Souza Tatiana & Luce Gómez (2010), concluye que la importancia de la relación existente entre la formación de los egresados y la actuación del profesional en el área del turismo. Destacan también la importancia de las experiencias prácticas, que ubican lo académico en contacto con el mercado de trabajo, consideran que es fundamental que las carreras de turismo busquen ampliar y diversificar esas vivencias, con la finalidad de enriquecer la formación y facilitar una futura inserción profesional de los egresados; los estudiantes de turismo se les recomienda que procuren realizar prácticas en el sector turístico, ya que les permite aplicar todos sus conocimientos teóricos y así lograr una buena inserción en el mercado de trabajo y depende de la proactividad del alumno durante su formación.

Gracias, a estos hallazgos posiblemente se podrían hacer futuras investigaciones que consignen el tema del perfil profesional para su mejora. En el cual hay que superar o mejorar los ítems correspondientes a las capacidades de

trabajo en equipo; la capacidad emprendedora, la capacidad de liderazgo en área de turismo; la capacidad de gestionar actividades turísticas; el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos; el conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos; la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo; la habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales; la habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico, el conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo; el conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo y la habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos de los estudiantes para que, al egresar mejoren las oportunidades en el mercado laboral.

De modo más breve, y entendiendo el postulado establecido en la hipótesis principal, se afirma que las capacidades se relacionan significativamente con el perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016. Esta hipótesis que ha sido aceptada, y coincide con el antecedente.

Según el autor Calvo, (2005). Es el proceso a través del cual todos los seres humanos reunimos las condiciones para aprender y cultivar distintos campos del conocimiento, aun si estas condiciones hayan sido o no utilizadas, de esta manera, nos referimos a estas condiciones como un espacio disponible para acumular y desarrollar naturalmente conceptos y habilidades, con respecto al autor, ya que menciona que este es un aspecto muy importante y se relacionan significativamente y los resultados estadísticos muestran que los egresados de la Escuela Profesional no reúnen las condiciones adecuadas que requiere un puesto de trabajo. Con respecto a las competencias de los egresados Calvo,

(2005). Las competencias laborales son el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que aplicadas o demostradas en situaciones del ámbito productivo, tanto en un empleo como en una unidad para la generación de ingreso por cuenta propia, se traducen en resultados efectivos que contribuyen al logro de los objetivos de la organización o negocio, los resultados estadísticos se observa que hay una relación significativamente, pero el mercado laboral específicamente en los puestos de trabajo requieren egresados con competencias que solicita las instituciones públicas y privadas y en caso de los puestos de trabajo el autor Chiavenato, (2009); sostiene que el puesto constituye la base para colocar a las personas dentro de las tareas de la organización. Para la persona el puesto es una de las mayores fuentes de expectativas y de motivación en la organización. Cuando las personas ingresan a la organización y a lo largo de toda su trayectoria profesional, siempre ocuparan algún puesto y la prueba estadística arroja que las empresas e instituciones afirman no es indispensable que ocupe un egresado en turismo.

7. CONCLUSIONES

- El estudio demuestra que el perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del año 2013 al año 2016.
- Queda demostrado que las **competencias** se relacionan significativamente con la **demanda laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM. Es decir, *el conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos; el dominio en el conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos; la habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo; la habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales; las habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico; el conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo, el conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo y la habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos.*
- Se evidencia que las **capacidades** se relacionan significativamente con la **demanda laboral** de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM. Dicho de otro modo, *la capacidad de trabajo en equipo de los egresados; la capacidad para diseñar y ejecutar iniciativas emprendedoras, la capacidad de ejercer el liderazgo en la labor profesional ligada al turismo y la capacidad de hacer gestión administrativa en las actividades turísticas* se relacionan directamente con la **demanda laboral** determinada por el mercado correspondiente.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las autoridades y directivos mejorar el perfil acorde con la demanda laboral y las exigencias actuales de las instituciones públicas y privadas.
- Se recomienda a las autoridades tomar acciones para mejorar esencialmente la (i) capacidad de trabajo en equipo; (ii) la capacidad de liderazgo; (iii) la capacidad emprendedora (iv) capacidad de gestionar actividades turísticas por ser consideradas casi prescindible para cubrir el puesto de trabajo.
- Se recomienda a las autoridades y directivos capacitar a los docentes para potenciar y desarrollar las siguientes competencias: conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos, habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo, habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista, conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo y el conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo, primordialmente. Así como también la formulación de objetivos académicos que apoyen estas medidas en documentos importantes como los planes estratégicos y operativos de la Escuela; por ser considerado requerimientos importantes por las instituciones públicas y privadas (demanda laboral).

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M.A. (2000). Dirección Estratégica de Recursos Humanos-Gestión por Competencias. Argentina: Ediciones Granica, S.A.
- Araujo, F.D. (2011). *Formación profesional en turismo e inserción en el mercado laboral*. Un estudio de caso del Polo Turístico Salvador/Bahía, Brasil. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000100004.
- Arbulú, D. (2016). *Diario La República: ingresos económicos por turismo en el Perú*. Recuperado de <http://larepublica.pe/economia/12622-el-70-de-los-ingresos-economicos-por-turismo-en-el-peru-proviene-de-la-demanda-interna>.
- Beltrán & Córdoba (2007), en su tesis titulada “La calidad educativa y la inserción laboral en el mercado laboral de los egresados de economía del periodo 2002 – 2006” UNASAM.
- Blanco, A. (2003). *Filosofía de la educación*, Cuba. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-296620050002003.
- Calvo, V.M. (2005). *Formador ocupacional, formador de formadores*. España: Editorial Mad.
- Chiavenato, I. (3^a Ed.). (2009). *Gestión del Talento Humano*. México: Editora McGraw-Hill

- Dávalos, M. (2005). *Implicaciones Epistemológicas del Curriculum Transdisciplinario-Cochabamba-Bolivia*. Recuperado de. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662005000200015.
- Díaz, B.F. (1999). *Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior*. México: Editorial Trillas.
- Diaz, B.F. (1999). *Elaboración del Perfil Profesional, en Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior*. México: Trillas.
- Fernández, E. (2007). *Desagregación regional de las proyecciones del mercado laboral de profesionistas*. ANUIES. Recuperado de. http://www.anuies.mx/e_proyectos/html/Escenarios%20pros%20ii.htm
- Fontana, M.F. (2003). *Formación y orientación laboral*. Barcelona: Akal. Recuperado de: http://books.google.com.mx/books?id=RCRm_8WBVgEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Gonzales, B.M. (2006). *Currículo basado en competencias: Una experiencia en Educación Universitaria*. Recuperado. [file:///C:/Users/CABINA%2003/Downloads/Dialnet-CurriculoBasadoEnCompetencias-2288204%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/CABINA%2003/Downloads/Dialnet-CurriculoBasadoEnCompetencias-2288204%20(4).pdf).
- Helleriegel, D. (11ª Ed.). (2009). *Libro Administración un enfoque basado en competencias*. México: Editorial CENAGE Learning.
- Ibarra, A. *Formación de los recursos humanos y competencia laboral*. Yturalde. Recuperado de. <http://www.yturalde.com/art504.htm>

- Ley N°30220 (2014). *Ley Universitaria-Artículo 40°-Diseño curricular*. El peruano. Recuperado de. <http://www4.congreso.gob.pe/pvp/leyes/ley30220.pdf>.
- Martínez & Robles (2006) en su tesis titulada “La Formación profesional del contador egresado de las Universidades de la Ciudad de Huaraz y su competitividad en el mercado laboral
- Méndez, Bautista, & Pérez (2012), *Inserción profesional de los egresados de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Baja California – México 2007 y 2010*. Recuperado de. <http://www.ugr.es/~aepc/xifeciesweb/libroresumenesxifecies.pdf>.
- Ministerio de trabajo y promoción de empleo. (2013). *los principales resultados de la encuesta de demanda ocupacional en el sector turismo (restaurantes, hoteles y agencias de viajes)*. Recuperado de. http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/publicacion/013/resultados_edo_turismo_2013.pdf.
- Organización Mundial de Turismo (2009). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Edición 2010. Recuperado de. <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights10splr.pdf>
- Peñaloza, R.W. (2005). *El Currículo Integral*. Lima: Editorial Optomice.
- Pinto Cueto, Luisa, *Currículo por Competencias: Necesidad de una Nueva Escuela*, Tarea, N° 43 (marzo 1999). Recuperado de. <http://www.cinda.cl/download/libros/Curr%C3%ADculo%20Universitario%20Basado%20en%20Competencias.pdf>.

- Ralph, W.T. (1973), *Principios básicos del Curriculum*. Buenos Aires: Editorial Troquel.
- Santomé, N. (2004). *El Mercado de Trabajo*. España: Editorial Ideas Propias.
- Santomé, N. (2004). *Información y orientación para la inserción laboral. El mercado de trabajo*. España: Editorial Ideas Propias.
- Souza, T. & Luce, G. (2010). *Inserción profesional de los licenciados en turismo*. El caso de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) entre 2005 y 2007. *Estudios y perspectivas del turismo*. 6 (19), 1105-1120. Recuperado el 16 de marzo de 2012 en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1807/180717577013.pdf>
- Stenhouse, L. (1991). *La investigación social*. Revista opciones Pedagógicas, Bogotá. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-29662005000200015
- UNASAM, (2006). *Plan Curricular de la Escuela Profesional de Turismo*. Huaraz.
- Velasquez, F.A. (2005). *Gestión Curricular y Educación Universitaria*. Lima: Editorial Grafica B& HS.R.L.
- Velázquez, D. (2007). *Escenario Económico y Financiero: información de interés sobre la ciencia económica, finanzas, y temas en general*. Recuperado de <http://dvlzq79.wordpress.com/2007/10/09/referencia-teorica-sobre-mercado-laboral/>.

ANEXOS

. Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Var	Indicadores
General			Independiente	
¿Cuál es la relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016?	Determinar la relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.	El perfil profesional se relaciona significativamente con la demanda laboral de los egresados de la escuela profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.	Perfil profesional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de trabajo en equipo. 2. Capacidad emprendedora. 3. Capacidad de liderazgo en área de turismo. 4. Capacidad de gestionar actividades turísticas. 5. Conocimiento para desarrollar, analizar, ejecutar y evaluar planes y proyectos turísticos. 6. Conocimiento para diseñar planes de negocios turísticos. 7. Habilidad para desarrollar investigaciones en área de turismo 8. Habilidad de desarrollar correctamente sus valores profesionales 9. Habilidades empresariales, gerenciales, asesor u especialista en marketing turístico 10. Conocimiento en ejercer gerencias en área de turismo. 11. Conocimiento para brindar asistencia y asesoramiento al sector turismo 12. Habilidad para gerencia empresas prestadoras de servicios turísticos
Específicos			Dependiente	
<p>a. ¿Cómo se relacionan las competencias con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016?</p> <p>b. ¿Cómo se relacionan las capacidades con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM?</p>	<p>a. Determinar la relación de las competencias con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016.</p> <p>b. Determinar la relación de las capacidades con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM.</p>	<p>a. Las competencias se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM.</p> <p>b. Las capacidades se relacionan significativamente con la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM.</p>	Demanda laboral	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad 2. Autonomía 3. Significado de las tareas 4. Retroalimentación 5. Tiempo de labor 6. Estabilidad laboral 7. Cargos que desempeña un egresado en turismo.



CUESTIONARIO N° de encuesta:

UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

CUESTIONARIO SOBRE EL PERFIL PROFESIONA Y DEMANDA LABORAL

INSTRUCCIONES GENERALES: señores egresados de la Escuela Profesional de Turismo: Los participantes del programa de Titulación Profesional de la Facultad de Administración y Turismo de la UNASAM, vienen desarrollando la tesis 'Perfil Profesional y Demanda Laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016' para alcanzar es determinar el nivel de relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016 Invocamos su responsabilidad y objetividad en responder ya que redundara en el logro de los objetivos trazados.

INSTRUCCIONES: Marcar con una (x), la afirmación de acuerdo a la siguiente escala.

(1) Muy en desacuerdo (2) En Desacuerdo (3) Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (4) De Acuerdo (5) Muy de Acuerdo

I. DATOS GENERALES

- 1. Área de dominio del perfil profesional en su desempeño profesional
Gestión turística Marketing turístico Planes y proyectos turísticos
Investigación y docencia Socio-personal Otros
2. Meses en los que brindó sus servicios
1 - meses 3 -6 meses 6 -12 12-36 meses Más de 36 meses

Table with 5 columns (1-5) and rows for 'PERFIL PROFESIONAL' (CAPACIDAD, COMPETENCIA) and 'DEMANDA LABORAL'.

8.	Está satisfecho con su puesto de trabajo en el tipo de institución que labora (Identidad de las tareas)						
9.	Considera acertada la evaluación en su puesto de trabajo (Retroalimentación)						
10.	Se siente realizado como profesional en turismo en su puesto de trabajo						
11.	Cómo califica el perfil profesional de la Escuela Profesional de Turismo (Perfil profesional)						
12.	Considera que el perfil profesional está de acuerdo a la demanda del mercado laboral (Perfil profesional)						
13.	Tiene satisfacción de la formación profesional que recibió en la universidad (Perfil profesional)						
14.	Cree que existen buenas oportunidades de trabajo como profesional en turismo (Demanda laboral)						
15.	Compite con profesionales relacionados a otras áreas (Demanda laboral)						
16.	Cree que las instituciones privadas y públicas ofrecen oportunidades laborales a los profesionales en Turismo (Demanda laboral)						
17.	Está convencido que su institución y/o empresa en el futuro requerirá profesionales en turismo (Demanda laboral)						
18.	A su opinión, considera que el perfil profesional se relaciona con la demanda laboral (Demanda laboral)						

Muchas gracias.



CUESTIONARIO N° de encuesta:

UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTUNEZ DE MAYOLO
FACULTAD DE ADMINISTRACION Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

CUESTIONARIO SOBRE EL PERFIL PROFESIONA Y DEMANDA LABORAL

INSTRUCCIONES GENERALES: señores Gerentes y/o Responsables de dicha institución: Los participantes del programa de Titulación Profesional de la Facultad de Administración y Turismo de la UNASAM, vienen desarrollando la tesis "Perfil Profesional y Demanda Laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016" para alcanzar es determinar relación del perfil profesional y la demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016 Invocamos su responsabilidad y objetividad en responder ya que redundara en el logro de los objetivos trazados.

INSTRUCCIONES: Marcar con una (x), la afirmación

I. DATOS GENERALES

1. Tipo de institución y/o empresa
 Institución pública Hotelería Agencia de Viajes y Turismo
 Investigación y docencia Otros
2. Estoy satisfecho con el aporte profesional de loe egresados de Turismo de la UNASAM
 De acuerdo Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo En desacuerdo
3. Calificación con las capacidades y competencias de los egresados de Turismo de la UNASAM
 Regular Malo Excelente
4. Evaluación de la demanda laboral de Turismo
 Casi prescindible Indiferente
5. Prioridad de requerimientos del profesional en Turismo
 Competencia (uso de habilidades y capacidades)
 Habilidad (Destreza)
 Capacidad (Para desarrollar una función)

Muchas gracias.



CUESTIONARIO N° de encuesta:

**UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

GUIA DE ENTREVISTA AL DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

SEÑOR, tenga la amabilidad de responder las siguientes preguntas, referente al proyecto de Tesis "Perfil Profesional y demanda laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016; que persigue como objetivo determinar la relación del Perfil Profesional y la Demanda Laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo de la UNASAM del 2013 al 2016. Por lo que se le invoca mucha seriedad, honestidad y veracidad en las respuestas, puesto que las mismas redundaran en el logro de los objetivos del estudio, asimismo en la validez y confiabilidad del instrumento.

1. ¿Cuántas veces se ha reestructurado el currículo de estudios de la Escuela Profesional de Turismo? ¿Porque?
2. ¿Cuáles fueron los criterios para organizar y estructurar el perfil Profesional de Turismo?
3. Se hizo estudios previos con respecto a la Demanda laboral. Si su respuesta es afirmativa. Especifique que acciones se realizaron.
4. ¿Qué opinión le merece el Perfil profesional, en qué nivel de relación lo consideraría con respecto a la demanda laboral? Alto, Normal, Bajo; ¿Por qué?

Muchas gracias.

- **Datos estadísticos de los Gerentes, Administradores y/o representantes de las instituciones públicas y privadas**

Tabla A: Tipo de empresa/Institución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Institución pública	4	40,0	40,0	40,0
	Hospedajes	2	20,0	20,0	60,0
	AA. VV	2	20,0	20,0	80,0
	Restaurantes	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Tabla B: Estoy satisfecho con el aporte profesional de los egresados de Turismo de la UNASAM

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	40,0	40,0	40,0
	Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo	4	40,0	40,0	80,0
	En desacuerdo	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Tabla C: Calificación con las capacidades y competencias de los egresados de Turismo de la UNASAM

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	80,0	80,0	80,0
	Malo	1	10,0	10,0	90,0
	Excelente	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Tabla D: Evaluación de la demanda laboral de Turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi prescindible	9	90,0	90,0	90,0
	Indiferente	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Tabla E: Prioridad de requerimientos del profesional en Turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Competencia (uso de conocimientos, habilidades actitudes y comportamientos)	6	60,0	60,0	60,0
	Habilidad (Destreza)	3	30,0	30,0	90,0
	Capacidad (Para desarrollar una función)	1	10,0	10,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

Fij. Alonso Mantel Of. 01 - Plaza de Armas
 E-mail: iperuhuara@properu.gob.pe
 Telf. (043)428812
 Horario de atención: Lunes a Sábado 9:00 - 18:00 /
 Domingos 09:00 - 13:00

AGENCIAS DE VIAJE HUARAZ



CLASIFICACIÓN	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	DIRECCIÓN	TELÉFONOS	EMAIL	PÁGINA WEB
Tour Operador	Cordillera Blanca Adventures S.R.L.	Cordillera Blanca Adventures	Áncash	Huarez	Independencia	Jr. Los Nogales N° 108	(043) 428344 / 943493250	peru@cordilleraablanca.com.pe	www.cordilleraablanca.com.pe
Tour Operador	Empresa de Transporte Turístico Mong Tours E.I.R.L.	Mong Tours	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. San Martín N° 643	(043) 428949 / PPM (#) 40261	mongtours_huarez@hotmail.com	www.mongtoursperu.com
Tour Operador	Manuel Valverde Palma	Mystical travel	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Cabana S/N Pedregal Bajo	942837339	mysticaltravel_peru@hotmail.com	-
Tour Operador	Nature and Interpretation Peru SAC	Nature and Interpretation Peru	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Juan Baurista N° 856	(043) 426167	sajakata@nandperu.com	www.nandperu.com
Tour Operador	Servicios Múltiples Norandes E.I.R.L.	Norandes	Áncash	Huarez	Huarez	Pje. Chavín N° 110 (Tasllán)	994497138	info@norandes.com	www.norandes.com
Tour Operador	Agencia de Viajes y Turismo Pablo Tours E.I.R.L.	Pablo Tours	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Luzuriaga N° 501	(043) 421457 / 278018 / 943678932	pabloutours@terra.com.pe pabloutours_huarez@hotmail.com	www.pabloutours.com
Tour Operador	Hualpa Bueno Fredy Christian	Pacha Andean Walkers	Áncash	Huarez	Huarez	Paje, San Martín N° 460	(#) 947474002 / 394584639	pachaandeanwalkers@gmail.com	www.pachaandeanwalkers.com
Tour Operador	Sánchez Rodríguez De Bejarano Elizabeth	Paola Tours	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Fitzcarrald N° 344 - A	(043) 424733	willbejarano@hotmail.com	-
Tour Operador	Peaks Perú SAC	Peaks Perú	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Gamara N° 738, T Fizo	(043) 422462 / 943614006, PPM #568204	info@peaksp Peru.com, peaksp Peru@yahoo.com	www.peaksp Peru.com
Tour Operador	Peru Bergsport EIRL	First Class Huarez	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Interoceánica N° 519 - Nueva Florida / Jr. 28 de julio N° 202 - Huarez	(043) 421035 / 945231650	info@firstclass.com	www.firstclasshuarez.com
Tour Operador	Perú Expeditions Climbing y Trekking Adventure and Travel EIRL	Peru expeditions Climbing y Trekking Adventure and Travel	Áncash	Huarez	Independencia	Centro Poblado Unchus	942780600	juventinoas@hotmail.com	-

iPERÚ Huarez
 Fij. Alonso Mantel Of. 01 - Plaza de Armas
 E-mail: iperuhuara@properu.gob.pe
 Telf. (043)428812
 Horario de atención: Lunes a Sábado 9:00 - 18:00 /
 Domingos 09:00 - 13:00

ALOJAMIENTO HUARAZ



CLASIFICACIÓN	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	DIRECCIÓN	TELEF.	EMAIL	PÁGINA WEB
H.3 Estrellas	El Patio SAC	El Patio de Montenegro	Áncash	Huarez	Independencia	Carretera Huarez - Caraz KM 206	(043) 424965	reservas@elpatio.com.pe	www.elpatio.com.pe
H.3 Estrellas	San Sebastián EIRL	San Sebastián	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Italia N° 104	(043) 426960, (043) 426556	andewaj@terra.com.pe	www.sansebastianhuarez.com
H.3 Estrellas	Gran Hotel Cesar's E.I.R.L.	Gran Hotel Cesar's	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Larrea y Laredo N° 721	(043) 422227	reservas@grandesarsotel.com.pe	www.grandesarsotel.com.pe
H.3 Estrellas	Colombito EIRL	Colomba	Áncash	Huarez	Independencia	Jr. Francisco de Zela N° 218	(043) 421601 / (043) 421241	colomba@terra.com.pe colomba@infonegoio.net.pe	www.huarezhotel.com
H.3 Estrellas	Hotel La Joga SAC	La Joga	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. San Martín N° 1187	(043) 425927 / (043) 427596	rosamblaya@hotmail.com	www.hotellajoga.pe
H.3 Estrellas	Empresa Hotelera el Tumi SCRL	El Tumi	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. San Martín N° 1121	(043) 421784 / 421852 / 421913	marketing@hoteleltumi.com reservas@hoteleltumi.com	www.hoteleltumi.com
H.3 Estrellas	Reseco Tropical la Colina S.R.L.	Klinton	Áncash	Huarez	Huarez		(043) 220691	hotel.klinton.reservas@gmail.com	www.hotelklinton.com
H.3 Estrellas	Hatín Vasi S.R.L.	Los Portales	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Raymond N° 903	(043) 428194	losportales_huarez@hotmail.com	www.losportaleshuarez.com
H.3 Estrellas	Sierra Nevada SA	Sierra Nevada	Áncash	Huarez	Independencia	Carretera Huarez - Montenegro KM 3.5	(043) 427725	reservas@sierranevadahuarez.com	www.sierranevadahuarez.com
H.3 Estrellas	Hotel el Rubi S.A.C.	El Rubi	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Luzuriaga N° 558	(043) 230516 / #993293957	hotelelrubi@outlook.com	www.hotelelrubi.com
H.2 Estrellas	Hotel Valencia E.I.R.L.	Valencia	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Larrea y Laredo N° 689	(043) 423145	info@hotelvalenciahuarez.com	www.hotelvalenciahuarez.com
H.2 Estrellas	Grupo Pasucar Lolí S.R.L.	Huarez	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Luzuriaga N° 529		--	--
H.2 Estrellas	Empresa de Servicios turísticos Samuel's S.R.L.	Samuel's	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. Simón Bolívar N° 904	(043) 426370	--	--
H.2 Estrellas	Gran Hotel Alturas SAC	Gran Hotel Alturas	Áncash	Huarez	Huarez	Av. Raymond N° 316	(043) 427698	info@hotelalturas.com	www.hotelalturas.com
H.2 Estrellas	Empresa Hotelera Valencia II E.I.R.L.	Valencia II	Áncash	Huarez	Huarez	Paje, San Martín N° 432	(043) 509155	reservas@hotelvalencia2.com	www.hotelvalencia2.com
H.2 Estrellas	Tumi Global Service EIRL	Tumi II	Áncash	Huarez	Huarez	Jr. San Martín N° 1095	(043) 425869	reservas@hostaleltumi2.com	www.hostaleltumi2.com

CATEGORÍA	TIPO DE COMIDA	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	DOMICILIO	TELÉFONO
SIC	Comida Internacional & Bar	Grupo Trivio S.A.C.	Trivio	Áncash	Huaraz	Huaraz	Parque del Periodista Mb. 1 Jr. 35 Olayo 2do	(043) 220416
SIC	Comida peruana e internacional	Grupo Encuentro S.R.L.	Encuentro restaurant Grill	Áncash	Huaraz	Huaraz	Av. Lucanage 8ta cuadra SN Parque del Periodista	(043) 427407
SIC	Comida peruana e internacional	Paloma Ramis Nivin	Encuentro Restaurant Cafe	Áncash	Huaraz	Huaraz	Av. Julián de Morales Nº 650	(043) 429934
SIC	Comida peruana e internacional	Alva Apolinario Dalila Liliana	Rinconito Minero	Áncash	Huaraz	Huaraz	Jr. Julián de Morales Nº 757	(043) 221281
SIC	Carnes, pollos y Puntillas	Galerías Huscan S.A.C.	Cabón Dorado	Áncash	Huaraz	Huaraz	Av. Antonio Raymond Nº 528	(043) 423665 / 9761085751
SIC	Comida Nacional y Café	Castellada Salvador Mercedesía Solís	Café Restaurant Pizzeria Del Sole	Áncash	Huaraz	Huaraz	Jr. Simón Bolívar Nº 485	(043) 762292
SIC	Pastas y pizzas	Calvo Minaya Baylon Vidal	Restaurant pizzeria Baylone	Áncash	Huaraz	Huaraz	Jr. José de la Mar Nº 671	976748401
SIC	Juguería	Avaraco Nogyoshi José Luis	Fruiteo	Áncash	Huaraz	Huaraz	Jr. Simón Bolívar Nº 679	968191846

CANT.	INSTITUCIONES PÚBLICAS
1	Informacion Turistica de Perú (Iperú)
1	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR)
1	Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el estado (SERNANP)
1	Oficina de turismo (Municipalidad Provincial de Huaraz)