



UNIVERSIDAD ESPECIALIZADA DE LAS AMÉRICAS

Decanato de Postgrado

**Trabajo de Grado para obtener el grado de Maestría en
Docencia Superior**

TESIS

**Perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados
Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí**

Presentado por:

Serrano Acevedo, Leydis Isbeth 4-786-1767

Asesora:

Doctora Iris Araúz

Panamá, 2022

DEDICATORIA

Este nuevo logro va dedicado principalmente a Dios, que es mi guía y me brinda la sabiduría necesaria para poder lograr mis metas. A mi madre, Leydis Acevedo, que ha sido mi inspiración y mi pilar principal durante mis estudios académicos. A mi abuela, Lucrecia Sánchez, que siempre me ha brindado motivación y apoyo. Gracias por compartir una meta más conmigo.

(Leydis)

AGRADECIMIENTO

A mi madre y abuela, por su apoyo incondicional y sus palabras de motivación.

A la doctora Iris Araúz, por su asesoría para la elaboración de esta tesis.

A mis profesores, por sus conocimientos compartidos.

A mis compañeros graduados, por su tiempo y colaboración.

(Leydis)

RESUMEN

La presente investigación es un estudio con el título “perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí”. Como objetivo principal, se busca comparar la asociación que hay entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados de Gestión Turística Bilingüe. Mientras que, como objetivos específicos, se desea identificar qué aspectos se deben tomar en cuenta, para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe y reconocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí. El diseño de esta investigación es no experimental con un estudio descriptivo que se efectuará en un periodo de tiempo transversal, en donde se involucran a los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS-Chiriquí; que fueron escogidos mediante un muestreo aleatorio simple. La variable independiente del estudio es perfil de egreso; y la variable dependiente es inserción laboral. Como el estudio es de enfoque cuantitativo, se utiliza como técnica una encuesta; cuyo instrumento es un cuestionario de preguntas cerradas. Como resultados se pudo aceptar la hipótesis alternativa y del punto de vista de los encuestados se obtuvieron respuestas positivas, en cuanto a los aspectos y características que se debe poseer del perfil de egreso en relación con la inserción laboral específicamente en el sector turístico.

Palabras claves: aspectos, características, graduados, inserción, perfil, turismo

ABSTRACT

The present research is a study with the title "profile of graduation associated with labor market insertion, graduates of Bilingual Tourism Management, Chiriqui". The main objective is to compare the association between the graduation profile and the labor market insertion of Bilingual Tourism Management graduates. The specific objectives are to identify which aspects should be considered for the graduates to achieve the Bilingual Tourism Management graduate profile and to recognize which characteristics have influenced the labor market insertion of Bilingual Tourism Management graduates, Chiriqui. The design of this research is non-experimental with a descriptive study that will be carried out in a transversal period of time, involving the graduates of Bilingual Tourism Management of UDELAS-Chiriqui, who were chosen through a simple random sampling. The independent variable of the study is the graduate profile, and the dependent variable is labor market insertion. As the study has a quantitative approach, a survey was used as a technique whose instrument is a questionnaire with closed questions. As results, the alternative hypothesis was accepted and from the point of view of the respondents, positive answers were obtained regarding the aspects and characteristics that the graduate profile should have in relation to the labor market insertion specifically in the tourism sector.

Key words: aspects, characteristics, graduates, insertion, profile, tourism.

CONTENIDO GENERAL

	Páginas
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.1 Planteamiento del problema.....	12
1.1.1 Problema de investigación	23
1.2 Justificación	23
1.3 Hipótesis de la investigación	25
1.4 Objetivos de la investigación	25
1.4.1 Objetivo General	25
1.4.2 Objetivos Específicos	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	26
2.1 Perfil de egreso	27
2.2 Aspectos	28
2.2.1 Competencias	29
2.2.2 Trabajo en equipo	30
2.2.3 Vocación de servicio	30
2.2.4 Resolución de problemas	31
2.2.5 Conocimiento del sistema turístico	32
2.2.6 Habilidades tecnológicas	32
2.2.7 Manejo de segundo idioma	33
2.2.8 Conocimiento en atención al cliente	33
2.2.9 Prácticas en el sector turístico	34
2.2.10 Perfil profesional	34
2.2.11 Innovador	35
2.2.12 Ética profesional	36
2.2.13 Relaciones sociales	36
2.2.14 Responsabilidad	37
2.3 Inserción laboral	37
2.4 Características	37

2.4.1 Dominio del idioma inglés	38
2.4.2 Prácticas universitarias	38
2.4.3 Experiencia previa	39
2.4.4 Comunicación oral y escrita	39
2.4.5 Capacidad creativa	40
2.4.6 Espíritu innovador	40
2.4.7 Extrovertido	41
2.4.8 Relaciones interpersonales	41
2.4.9 Ser responsable	42
2.4.10 Habilidad de liderazgo	42
2.4.11 Enfoque al cliente	42
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	44
3.1 Diseño de investigación y tipo de estudio	45
3.2 Población, sujetos y tipo de muestra estadística	45
3.3 Variables – definición conceptual y definición operacional -	46
3.4 Instrumentos y/o herramientas de recolección de datos y/o materiales-equipo	48
3.4.1 Confiabilidad y validación del instrumento	49
3.5 Procedimiento	49
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.	51
4.1 Comprobación de la hipótesis	52
4.2 Aspectos que se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe	53
4.3 Características que han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí ...	61
CONCLUSIONES	68
LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	73
INFOGRAFÍA	74
ANEXO	

ÍNDICE DE CUADROS

ÍNDICE DE GRÁFICAS

ÍNDICE DE TABLAS

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que día a día se mantiene en constante crecimiento, por ende, necesita de profesionales preparados para brindar un servicio de calidad y cumplir con las características y demandas de los turistas. Un profesional bien preparado, debe cumplir con un alto perfil de egreso de su preparación académica; lo cual le permitirá insertarse en el mundo laboral de manera exitosa.

Por esta razón, se decide realizar esta investigación titulada: Perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

Para esta investigación se tiene como objetivo principal, comparar la asociación que hay entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS, extensión Chiriquí; y como objetivos específicos: identificar qué aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe; y reconocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí. Esto con el fin de conocer, si existe o no existe asociación entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados.

Se emplea una metodología cuantitativa, realizando una investigación no experimental con un estudio descriptivo, estudiando a los graduados de Gestión Turística Bilingüe-Chiriquí con la utilización de un muestreo aleatorio simple; por medio de la técnica de encuesta con un instrumento de cuestionario.

En el primer capítulo de esta investigación, se detallan los aspectos generales de la investigación, planteando los antecedentes teóricos y la situación actual desde el punto de vista de diferentes autores, la justificación, el problema de investigación, la hipótesis y los objetivos.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico, en donde se desarrollan de manera teórica las variables independientes y dependientes; junto con sus dimensiones e indicadores, desde el punto de vista de diferentes autores que han realizado estudios previos.

El tercer capítulo muestra el marco metodológico, el cual detalla cómo se ha desarrollado la investigación, estableciendo el diseño, tipo de estudio, población y sujetos, tipo de muestra estadística, identificación de las variables con su definición conceptual y operacional, instrumentos y técnicas utilizadas y el procedimiento utilizado para la investigación.

En el cuarto capítulo, se desarrolla el análisis y discusión de los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados a los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS-Chiriquí.

Finalmente, se presentan las conclusiones, limitaciones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos de este trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema.

- Antecedentes teóricos.

El turismo es una actividad económica que se encuentra presente a nivel mundial; que dinamiza y contribuye con la economía de los países, siendo un sector en constante crecimiento en todo el mundo. Sin embargo; es importante conocer si existen los profesionales capacitados y con un perfil de egreso adecuado para brindar un servicio excepcional a los turistas, durante su estadía en el destino turístico.

Para lograr los objetivos en las empresas turísticas, se debe tomar en cuenta el capital humano que la constituye; este factor es eficiente tanto en calidad como en cantidad. Para que se tenga un capital humano de calidad en el ámbito turístico, es importante tomar en cuenta todo lo que se relaciona con él; por ejemplo, el mercado laboral, las necesidades de los empresarios, las instituciones educativas y las instituciones turísticas (Bañuls, Rodríguez y Jiménez, 2012).

En este sentido, Passos y Arias (2016), destacan que el capital humano en el sector turístico cuenta con factores relevantes para una competitividad adecuada, en los cuales se destacan la aportación del valor, la productividad y la innovación, que, aunque sean intangibles, son la verdadera fuente de ventaja competitiva de una empresa turística, es decir, se aporta directamente desde el capital humano y no puede ser reemplazado.

La actividad turística ha sido considerada como uno de los sectores con mayor importancia y dinamismo en todo el mundo, económicamente está en constante movimiento y también, genera empleos de manera directa e indirecta (Figueroa, Pérez, Godínez y Pérez, 2014).

Cuando se habla de generación de empleo en turismo, se atribuye a una incidencia positiva en la actividad económica por consecuencia de los encadenamientos que el sector genera; ya que, beneficia a los establecimientos de servicios turísticos (agencia de viajes, alojamientos, restaurantes, diversiones) y a la población en general, aumentando así la generación de empleo (Domínguez y Flores, 2018).

El sector turístico genera gran cantidad de empleos. año tras año, muchos de estos empleados logran conseguir un técnico o licenciatura en el área; sin embargo, hay algunos que están de manera empírica. En el estudio realizado por Contreras, Juárez y Ramírez (2018), se señala que es fundamental poseer competencias en turismo como el conocimiento en el sector, la atención al cliente y el trabajo en equipo; también, el fortalecimiento del uso de la tecnología, la realización de eventos, la calidad en turismo y el dominio del idioma inglés.

Fresneda (2018) expone que existe precariedad en el empleo del turismo caracterizado principalmente por contratos temporales, contratos con baja remuneración, subcontratación entre departamentos y muchas otras características que provocan deficiencia en la empleabilidad del sector y, por ende, insatisfacción en los egresados de turismo.

Según Marrero, Rodríguez y Ramos (2016), la empleabilidad en el sector turístico en los últimos años ha tenido una baja significativa, debido a los cambios organizativos, tecnológicos y la calificación en los servicios. Se considera en ciertos puestos de trabajo las ocupaciones y niveles educativos; sin embargo, por encima de esto, toman en cuenta la responsabilidad de los empleados y su experiencia previa en el sector; por lo tanto, la educación es relevante, pero, no es una garantía para obtener un empleo estable.

A nivel mundial, se cuenta con una gran cantidad de destinos turísticos, que requieren de profesionales capacitados e idóneos para brindar un servicio de calidad. Como lo señala Martínez (2019), se necesita una formación adecuada

para enfrentar los retos y desafíos del sector turístico. Por lo tanto, una buena formación académica permitirá que esto se logre.

Según estudios realizados por Basurto y Vidal (2019), destacan que no existen vacantes disponibles o puesto de trabajo conforme al perfil obtenido por los egresados de turismo, las empresas generalmente son privadas y están localizadas en áreas específicas, lo que provoca que la empleabilidad sea escasa. La mayor parte de los egresados se encuentran sin empleo y no labora en el perfil para el cual se preparó.

Desde la perspectiva de Huízar, Villanueva y Rosales (2016), es necesario mejorar las condiciones del empleo en el sector turístico, ante el inminente crecimiento de esta actividad, tomando en consideración que para el futuro esta será una de las principales fuentes de empleo a nivel mundial. Todo esto es posible lograrlo, si se toma en cuenta que el capital humano es imprescindible y se le debe ofrecer condiciones laborales adecuadas, puestos de trabajo estables y salarios acordes a su jornada laboral.

Por otra parte, Agüero, González y Medrano (2015) sustentan que se alcanza por cierto grupo de egresados, una aceptación en el mercado laboral; sin embargo, aunque trabajan en el área turística muestran cierto grado de insatisfacción en cuanto al salario que reciben, tomando en cuenta que su formación académica es buena.

En una investigación realizada por Moreno y Morales (2018), analizaron los perfiles que se necesitaban para la industria turística, logrando identificar que ninguno de ellos requiere de estudios profesionales. Desde esta perspectiva señalan que cuando el alumno egresa de la universidad, le es más fácil ocupar un alto nivel jerárquico en la empresa, en consecuencia, de su preparación académica.

Sin embargo, Alvarado, Castro, Espinoza, Solano y Zúñiga (2017), realizaron una investigación donde consideran que el profesional en el sector turístico, requiere de conocimientos en áreas como: mercadeo, idiomas, administración de empresas turísticas, planificación estratégica, infraestructura turística y atractivos geográficos de su país. De tal manera, que el perfil del profesional pueda desarrollar diversos proyectos relacionados a turismo, que sean para la satisfacción del cliente y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Desde esta perspectiva, Herrera (2018) sugiere que las entidades educativas mejoren su oferta académica, de acuerdo con lo que el mercado laboral les exija a los profesionales en turismo; ya que estos nuevos profesionales son parte del capital humano de una empresa turística. Cuando se tienen buenos profesionales, la compañía brinda un valor agregado a sus clientes según las competencias que posee el profesional.

En las universidades generalmente se ofrece el título de turismo, administración de empresas turísticas u hotelería; de manera individual o conjuntamente. Sin embargo, es importante considerar la oferta y demanda del sector, tomando en cuenta, que el sector hotelero requiere en su mayor parte talento humano para realizar funciones operativas y no gerenciales. Entonces, las universidades tienden a formar profesionales para el área administrativa, sin saber si se requieren o no; obviando las funciones operativas del sector (Carrera, 2015).

No obstante, en otro estudio realizado por Alamo (2019), señala que cuando hay un nivel de formación de calidad alto, los egresados logran conseguir un buen empleo; en otras palabras, a mejor calidad de educación, mayor será la posibilidad de un empleo conforme a las competencias adquiridas.

En la Universidad Autónoma de Chiapas, en México; buscan identificar aquellos elementos que permitan que los egresados en turismo cuenten con las competencias requeridas para el desarrollo profesional en su área laboral,

tomando en cuenta todas las características requeridas en el sector (Román et al., 2018).

Según la opinión de Soriano, Arcos y Canul (2018), el estudiante en turismo debe ser capaz de egresar con cuatro competencias básicas, las cuales son: capacidad de aplicar conocimientos en la práctica, capacidad para aprender un segundo idioma, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, y capacidad para el trabajo en equipo.

En la investigación realizada por Granados (2013), se considera que los estudiantes de turismo tienen una buena percepción sobre las competencias básicas, considerando que deben adquirir conocimientos actualizados en las diferentes áreas del sector turístico; de manera tal que puedan entender las situaciones, dominar la información y poseer las técnicas suficientes para analizar, evaluar y resolver la situación al contexto que se le presenta.

De acuerdo con Artola et al. (2019), es necesario emplear profesionales capacitados en función de conocimiento en turismo; en donde se toman en cuenta las competencias socioemocionales y el perfil objetivo y subjetivo de los egresados en turismo. De igual manera, el profesional en turismo debe contar con competencias básicas para brindar un buen servicio.

Del mismo modo Zamudio (2015), indica que la formación en este sector debe basarse en dimensiones básicas tales como: el ser, el pensar, el hacer y el saber; estas entonces se mezclan con el conocimiento que adquiere el profesional en su formación universitaria y la experiencia que adquiere en la práctica y el desarrollo de sus habilidades y competencias.

Por otra parte, Aguilera y Zapata (2014) exponen que en el mercado laboral se muestra una alta exigencia de las competencias en los profesionales, que incluyen las destrezas, habilidades, conocimientos y actitudes para un buen desempeño laboral.

Una de las principales debilidades de los egresados en turismo; es el dominio del idioma inglés, lo cual es necesario para este sector por la cantidad de extranjeros que visitan los destinos y por ser un idioma universal. Por esta razón, muchas universidades han tomado la iniciativa de abrir la carrera de turismo bilingüe, para que no sea una problemática para los egresados en turismo (Cedeño, 2019).

Es importante el dominio de lenguas extranjeras en el sector turístico. El dominio del inglés en el sector turístico es una característica que se debe tomar en cuenta, para que los estudiantes de turismo desarrollen las habilidades lingüísticas suficientes para desempeñarse en su puesto laboral de manera eficiente, de tal forma, que puedan alcanzar un servicio y atención al cliente de calidad (Anchondo y Narváez, 2014).

Dentro de la carrera universitaria de turismo también es necesario que, el estudiante ponga en práctica, lo que teóricamente está aprendiendo. Cruz (2016) señala que, las prácticas preprofesionales deben estar presentes en los programas de estudio y requieren ser evaluadas y supervisadas por el docente encargado, con el fin de responder a las necesidades del sector y brindar a la industria turística profesionales capaces de brindar un buen servicio.

- Situación actual

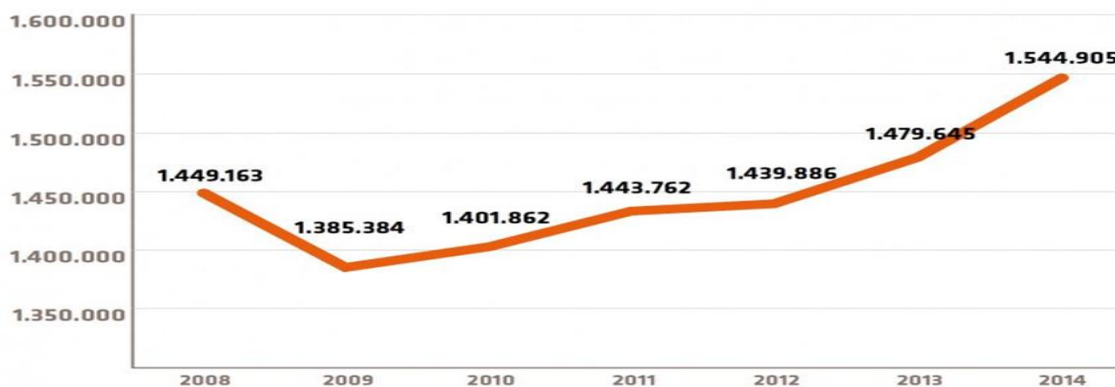
Durante muchas décadas el turismo ha sido una industria en constante crecimiento, a tal punto que se ha convertido en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez. El turismo se ha convertido en pieza clave para el progreso económico. La actividad turística es uno de los principales actores del comercio internacional, las llegadas de los turistas en el mundo aumentaron un 4,3% en 2014, alcanzando así los 1.133 millones (Organización Mundial del Turismo, 2015).

Según el World Travel and Tourism Council (s.f.), en el 2019 el impacto directo, indirecto e inducido de viajes y turismo representó, el 10,3% del PIB (producto interno bruto) mundial y 330 millones de puestos de trabajo. En esa misma línea, en Panamá se registraron 291 mil puestos de trabajos en el sector turístico, lo que representa el 14,7% del total de empleo en el país.

De acuerdo con estos datos estadísticos de World Travel and Tourism Council (s.f), se observa que entre más viajeros se tengan en los destinos turísticos, mayor será la empleabilidad en el sector. Por lo tanto, se necesitan más profesionales en el área para poder brindar un servicio de calidad a los visitantes.

Es necesario conocer cómo está el sector turístico en cuanto a empleos se refiere, por esta razón se detallan a continuación algunos datos importantes que han sido de estudio, para observar este comportamiento.

Gráfica 1. Empleo turístico en España, desde 2008 hasta 2014.

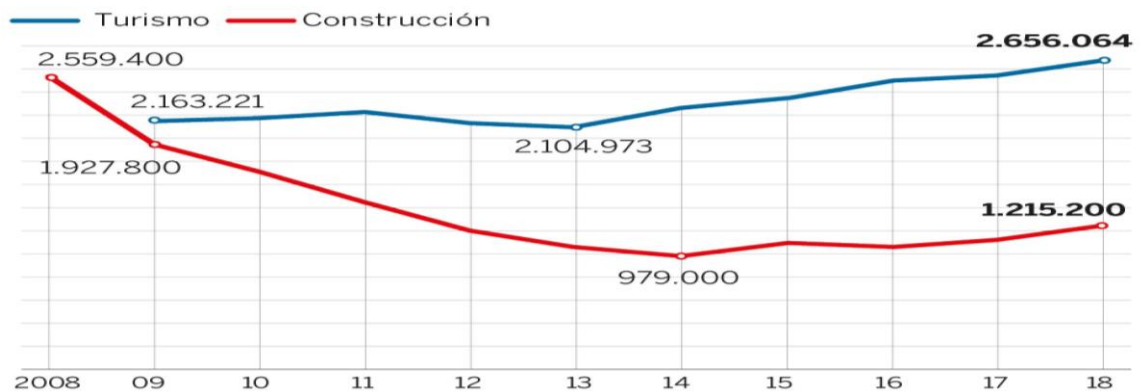


Fuente: Canalis, 2014.

Como muestra la gráfica elaborada por Canalis (2014), en el ámbito turístico de España, se muestra un aumento significativo en cuanto a empleos generados en el país. Estos datos estadísticos corresponden a los trabajadores que se encuentran afiliados a las empresas de hotelería y agencias de viaje, tomando en

cuenta a los asalariados y autónomos. Por ende, es posible destacar que es un dato estadístico importante en el sector turístico.

Gráfica 2. Empleos en turismo, España.

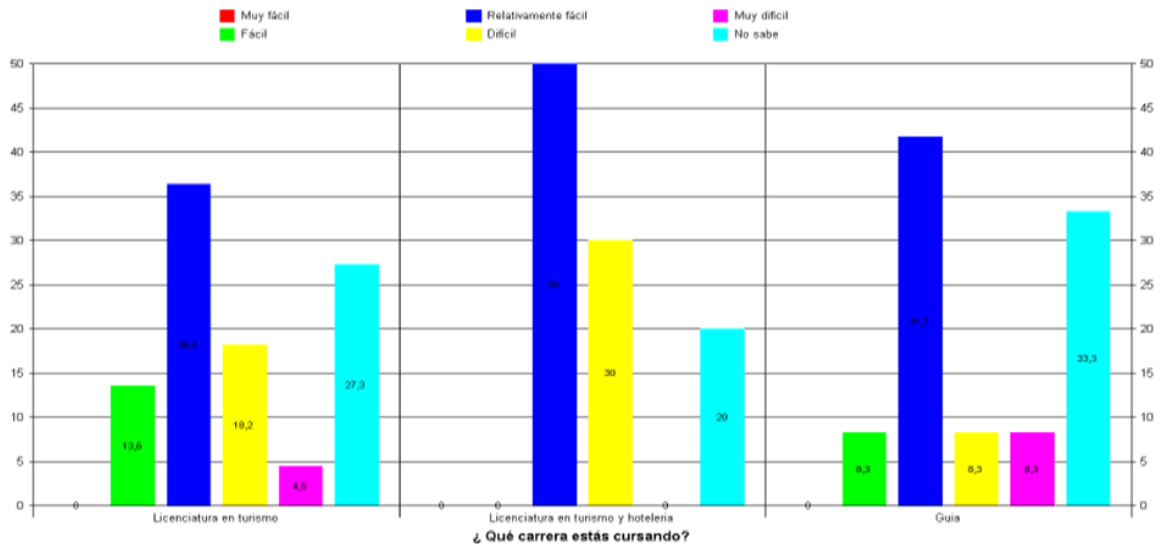


Fuente: Gómez, 2018.

Para los españoles, la industria de la construcción es muy importante; por esta razón realizan la comparación con el sector turístico. En la gráfica elaborada por Gómez (2018), se observa como el turismo obtuvo un empuje desde el año 2013 al 2018 en cuanto a la generación de empleos. Es notable como el sector turístico toma auge por encima de la construcción en el año 2009, manteniéndose en constante crecimiento al pasar de los años.

Ahora bien, al observar el crecimiento de empleos en el sector turístico también es necesario conocer cuál es la perspectiva o experiencia de los egresados de turismo.

Gráfica 3. Percepción de la inserción laboral en estudiantes de turismo.



Fuente: Brondani, Lansse y Dieckow, 2014.

En una investigación realizada por Brondani, Lansse y Dieckow (2014) a estudiantes de las carreras de Licenciatura en Turismo, Licenciatura en Turismo y Hotelería, y Guía; en cuanto a la percepción que tienen respecto a la inserción laboral, se observan los siguientes resultados: para los estudiantes de la Licenciatura en Turismo es relativamente fácil la inserción laboral y otros no saben al respecto; para los estudiantes de la Licenciatura en Turismo y Hotelería consideran relativamente fácil la inserción laboral, mientras que el siguiente porcentaje lo considera difícil; y para los estudiantes Guía consideran relativamente fácil su inserción al campo laboral.

Cuadro 1. Lugares donde laboran los egresados de turismo.

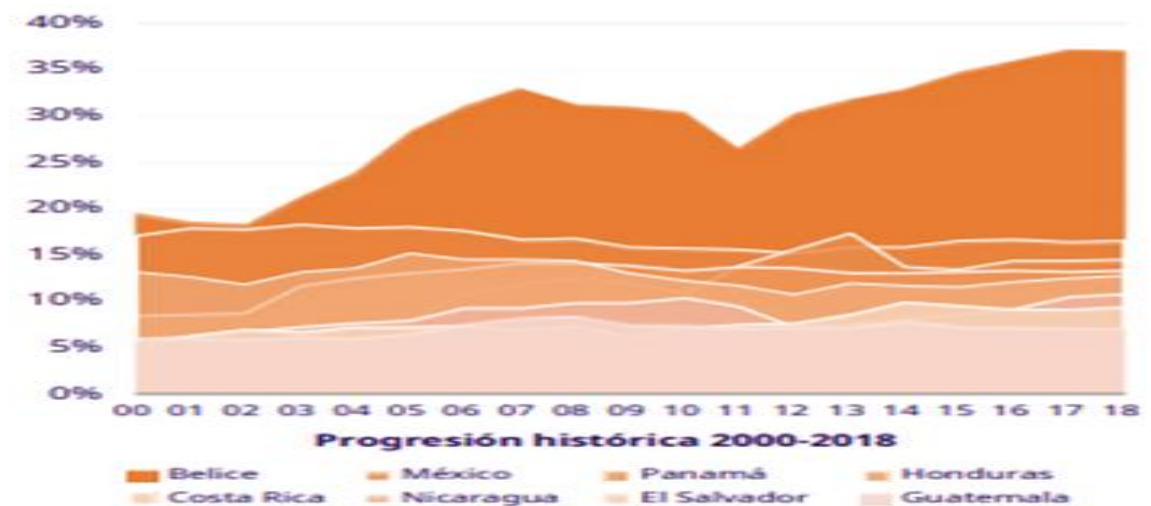
Item	%
Dueño o socio de empresas turísticas	15,38
Trabaja en el Ministerio de Turismo Provincial	38,46
Trabaja en la Municipalidad Local	7,69
Es docente Universidad o Terciario	38,46
Total	100,00

Fuente: Brondani, Lansse y Dieckow, 2014.

Los egresados de turismo tienen diferentes opciones en el sector para trabajar. Sin embargo, en algunas ocasiones resulta un poco difícil para ellos, ya que, las empresas solicitan experiencia laboral previa. En un estudio realizado por Brondani, Lansse y Dieckow (2014) se observa que la tendencia de los egresados de turismo, es trabajar en el Ministerio de Turismo y ser docente universitario de la especialidad, seguido por ser dueño o socio de empresas turísticas.

En un estudio realizado por la Organización Internacional del Trabajo, se ha hecho un análisis de la evolución desde el año 2000 hasta el 2018, de los empleos generados por la industria turística en Centroamérica, obteniendo los siguientes resultados:

Gráfica 4. Empleos generados por el sector turístico en Centroamérica, desde 2000-2018.



Fuente: Organización Internacional del Trabajo (2021).

Como se observa en la gráfica elaborada por la Organización Internacional del Trabajo (2021), en Centroamérica la empleabilidad en el sector turístico ha tenido un gran auge. Empezando con Belice, con un alto porcentaje, seguido por México y Panamá oscilando entre el 15% y 20%, también se observa que el país donde menos se generó empleo fue en Guatemala con un 5%.

En la República de Panamá, la industria turística se ha posicionado a través de los años, esta industria según fuentes del Instituto Nacional de Estadística y Censos (s,f), toma en cuenta los hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viaje, operadores turísticos, actividades culturales y comercio al por menor enfocado al turismo, en donde se generan empleos año tras año. A continuación, se muestra datos estadísticos:

Tabla 1. Programa Cuenta Satélite del turismo en la República de Panamá.

<i>Industria turística</i>	<i>Cantidad de puestos de trabajos</i>		
	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
Hoteles	11.9	12.6	14.0
Restaurantes	49.8	46.9	52.1
Transporte			
• Ferrocarril/carretera	26.4	23.1	22.4
• Vía acuática	0.3	0.3	0.2
• Vía Aérea	5.0	8.3	4.9
Agencias de viajes, operadores turísticos y servicios de reserva	2.3	2.4	2.5
Actividades culturales, deportivas y recreativas	35.8	35.3	34.8
Comercio al por menor de bienes característicos del turismo	9.7	10.1	11.4
TOTAL	141.2	139.0	142.3

Fuente: Elaboración propia a partir de INEC, (s.f).

En Panamá, se cuenta con el programa Cuenta Satélite del Turismo, que está basado en un análisis sobre la industria turística del país. En el Cuadro N°2, se detallan aspectos de cantidad de puestos de trabajo en diferentes industrias

turísticas, en donde se observa el comportamiento entre los años 2010 al 2012. Teniendo en cuenta que, las industrias donde se presentan más porcentaje de puestos de trabajo son: restaurantes, actividades culturales, deportivas y recreativas, transporte ferrocarril-carretera y los hoteles.

1.1.1 Problema de investigación

Se puede destacar en esta investigación factores importantes como:

Pregunta principal

- ¿Qué asociación existe entre el perfil de egreso en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí, desde el año 2018?

Subproblemas

- ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe?
- ¿Qué características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí?

1.2 Justificación

Este estudio se realiza con el objetivo principal de, conocer como es la empleabilidad en el sector turístico de los graduados de Gestión Turística Bilingüe; de acuerdo con el perfil de egreso. Tomando en principal consideración aquellas competencias, destrezas y habilidades adquiridas durante la formación académica.

Es de importancia el estudio para verificar algunas características; entre ellas es posible mencionar: conocer si se han logrado las competencias laborales necesarias en el sector turístico, cumple el graduado con el perfil establecido en

el plan de estudio y que aspectos se deben tomar en cuenta para integrarlo en la formación académica de los futuros egresados de Gestión Turística Bilingüe.

Con los datos recabados en esta investigación y las observaciones que se realizarán, este estudio será de gran provecho para los futuros profesionales en el ámbito turístico. También, para aquellos estudiantes que ingresen a la carrera de Gestión Turística Bilingüe en UDELAS y deseen conocer sobre las experiencias de los graduados y aspectos del perfil de egreso.

Esta investigación sirve para la carrera de Gestión Turística Bilingüe; en el sentido de que permite observar el comportamiento de los egresados, en cuanto a su inserción laboral en el ámbito turístico. De igual manera, permite analizar qué aspectos se deben mejorar en cuanto a la formación académica de los alumnos, considerando las fortalezas y debilidades a las cuales se enfrentan los que se encuentran laborando.

El valor teórico de esta investigación es de suma importancia, ya que, puede ser tomada en cuenta para en un futuro mejorar el plan de estudio o tomar en cuenta otras características para la formación de los estudiantes. De igual manera, contribuye para estudios futuros en cuanto a la inserción laboral de los egresados, de la Universidad Especializada de las Américas.

Con esta investigación, se espera ofrecer un análisis de la situación actual de los egresados de Gestión Turística Bilingüe, en cuanto a su inserción laboral, tomando en cuenta el perfil de egreso de la carrera. El fin principal es conocer si han logrado un puesto laboral en el sector y se están cumpliendo con las características del perfil de egreso.

1.3 Hipótesis

A raíz de esta investigación se plantean las siguientes hipótesis:

H_i: Existe asociación entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

H₀: No existe asociación entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

1.4 Objetivos

Es posible destacar los siguientes objetivos:

1.4.1 Objetivo General

- Comparar la asociación que hay entre perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS, extensión Chiriquí.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar qué aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe.
- Reconocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se realiza una conceptualización sobre la asociación que existe entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los egresados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe. A continuación, se presentan términos relacionados en la investigación.

2.1 Perfil de egreso.

El estudiante universitario tiene grandes expectativas sobre su vida profesional, por esta razón busca una formación académica que le permita ingresar al campo laboral y poder demostrar todo lo que ha aprendido durante su formación. Por ende, es necesario evidenciar lo que ha logrado de su perfil de egreso, según lo que ofrece la universidad y el plan de estudio de la carrera (Huamán, Pucuhuaranga e Hilario, 2020).

Para comprender bien el término, Cinda (como se citó en Hernández, García y Luna, 2019) señala que “el perfil de egreso es el conjunto de conocimientos, competencias y actitudes que el/la estudiante de la carrera o programa habrá internalizado al momento de su egreso” (p. 1023). En otras palabras, todo el contenido práctico y teórico que el estudiante adquiera durante su formación académica, será parte de su perfil de egreso y le será de apoyo para encontrar un trabajo o establecer un negocio propio.

Darle seguimiento al egresado es un paso importante, ya que permite estudiar el comportamiento de ellos en el campo laboral. En este sentido, es posible mejorar la calidad y la pertinencia de los planes de estudio, la información académica utilizada y conocer más sobre las competencias laborales y el alcance de empleabilidad de los graduados (Martínez, Andrade y Quiñones, 2011).

2.2 Aspectos.

Se deben considerar aspectos importantes para que un estudiante logre un perfil de egreso adecuado, para ello es necesario que su formación académica sea conveniente. Gaytán y Gaytán (2019) exponen:

La formación superior que requieren los futuros profesionales depende de varios factores, entre los que se pueden mencionar; el plan de estudios, los intereses del futuro profesionista, las necesidades de la sociedad (oferta y demanda), la mejora económica, la tradición familiar, la movilidad hacia el extranjero, entre otras; sin embargo es de reconocer que a pesar de cumplir con el plan de estudios, es una realidad inminente que la mayoría de las veces los egresados no logran incorporarse al campo laboral para lo que fueron formados o simplemente no tienen oportunidad alguna en ser aceptados por algún empleador, muy a pesar de los conocimientos adquiridos durante su formación. (p. 1257)

Es importante lograr un perfil de egreso adecuado en los estudiantes de turismo. Pero, existen algunos aspectos que se deben considerar y analizar de acuerdo con este punto. Wallingre (2013) señala algunos como: los planes de estudios no van de acuerdo con las necesidades del sector, no hay claridad en lo que se requiere en el sector y la preparación académica, los profesores no cuentan con la capacidad pedagógica para dictar sus clases, escasa preparación práctica y que el sistema educativo no va acorde a el funcionamiento turístico.

Desde el punto de vista y como lo expone el autor Wallingre; es necesario hacer una revisión de estos aspectos, para reconocer aquellas debilidades y fortalezas con las que cuentan las universidades en sus planes de estudio. Los egresados deben ser capaces de llenar las expectativas de las empresas, en cuanto a su desempeño; sin embargo, tal como lo menciona el autor, no hay claridad en cuanto a lo que se requiere en el sector turístico acorde a la preparación académica de los estudiantes en esta rama.

2.2.1 Competencias.

Uno de los aspectos más importantes a considerar en un egresado universitario, son las competencias que ha adquirido en su formación académica. Este término es definido como “conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes específicos, que se adquieren en un proceso de aprendizaje y que caracterizan y vinculan a un individuo a un desempeño determinado” (Carbajulca, 2019, p. 56).

En base a las competencias que los egresados adquieran, es posible que las universidades comprueben si deben mejorar el plan de estudio. Algunas competencias que se consideran son: comunicarse en un segundo idioma, razonamiento lógico y matemático, pensamiento analítico, redacción de documentos, capacidad para aprendizaje continuo, trabajo bajo presión, coordinar actividades, trabajar en equipo, uso de herramientas informáticas, y capacidad para presentar en público (Ortiz, Ibarra, Palomera y Ojeda, 2012).

Cuadro 2. Ejemplo de competencias para los egresados en Turismo, relacionada a el sector de alojamientos.

- Dirigir y gestionar las distintas empresas de alojamiento.
- Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- Tomar decisiones de mercado carácter estratégico para resolver situaciones de desequilibrios y vislumbrar oportunidades de mejora.
- Planificar y gestionar los recursos humanos teniendo en consideración las peculiaridades de las empresas hoteleras.
- Disponer habilidades de comunicación para su aplicación en los ámbitos interno y externo de las empresas.
- Conocer los procesos y procedimientos de las distintas áreas operativas que integran un hotel.
- Marcada orientación al cliente.

Fuente: García, Fernández y Moreno, 2013.

2.2.2 Trabajo en equipo.

Torrelles, Coiduras, Isus, Carrera, París y Cela (2011 citado por Cannon-Bowers et al, 1995), indican que:

La competencia de trabajo en equipo incluye el conocimiento, principios y conceptos de las tareas y del funcionamiento de un equipo eficaz, el conjunto de habilidades y comportamientos necesarios para realizar las tareas eficazmente, sin olvidar las actitudes apropiadas o pertinentes por parte de cada miembro del equipo que promueven el funcionamiento del equipo eficaz. (p. 332)

Desde otra perspectiva, el trabajo en equipo también contiene juicio, nociones y conceptos de las actividades del equipo, las destrezas que posee cada miembro y las actitudes para poder lograr el objetivo común; tomando en cuenta todas las características, cualidades y comportamiento de cada integrante del equipo, promoviendo una labor eficiente, responsable y adecuado de las tareas realizadas en común (Tejada, 2018).

En la formación académica, es importante que el estudiante aprenda a trabajar en equipo. Este aspecto permite que el individuo pueda potenciar muchas cualidades y variables actitudinales, es posible mencionar algunas como: comunicación, permite un diálogo grupal y altos niveles de relación; clima de cooperación, donde hace énfasis en un trabajo colectivo; respeto y empatía, para entender a los demás; normas y objetivo común, que permiten tener una sana convivencia; y la responsabilidad con la tarea, que permite conseguir el fin en común (Gámez y Torres, 2013).

2.2.3 Vocación de servicio.

La vocación de servicio es un aspecto que el egresado debe tener siempre presente. Para comprender mejor el término, el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (2014) lo define como “virtud que radica en el alma y comprende compromiso pasión y espíritu de entrega hacia la actividad o atribución que se

debe desarrollar. Práctica constante que permite involucrarse en el trabajo para hacer más y mejor las cosas” (p. 2).

En este sentido, nos podemos referir que la vocación de servicio en el ámbito turístico se refiere a cubrir las necesidades del cliente o bien, algo en específico, en donde se dé la interacción del personal turístico con el cliente. A raíz de esto, el empleado debe atender de la mejor manera posible las solicitudes del cliente, de tal manera que pone en práctica sus competencias para atender de manera efectiva y eficaz las demandas y requerimientos del cliente (Kotler, como se citó en Sanabria y Pulido, 2012).

Es imprescindible resaltar que los egresados en turismo, deben tener claro que siempre estarán en contacto directo con los clientes.

De esta manera, Botia y Orozco (2012) lo afirman:

La industria del turismo es una de las áreas en la que el trabajo que se realiza es, en un 70%, práctico, cara a cara con el cliente, ya que el empleado en este sector trabaja en ámbitos de servicio directo como aeropuertos, agencias de viajes, hoteles, restaurantes, parques temáticos, de diversiones y reservas, mercados que en su mayoría generan “momentos de verdad” de manera permanente. (p. 648)

2.2.4 Resolución de problemas.

Saber manejar problemas no es tarea sencilla. Tejada (2018) define resolución de problemas como “la capacidad de identificar, analizar y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con criterio y de forma efectiva” (p. 46).

Para la resolución de problemas, es importante que las partes involucradas lleguen a un acuerdo y puedan resolver el conflicto; de no ser posible una resolución, se logra aprender cómo se pueden gestionar y aprenden a convivir con ello. El proceso de resolución de problemas se facilita por la comunicación,

cuando las personas logran resolver un problema serán más productivas y por lo tanto estarán motivadas a brindar un servicio de alta calidad (Paradinas, 2020).

2.2.5 Conocimiento del sistema turístico.

Un egresado en turismo, debe tener un amplio conocimiento en cuanto a temas turísticos se refiere. El turismo debe dar respuesta a un sinnúmero de características, que pueden ser brindadas por un buen profesional; planificar el mercado, entender las necesidades de los clientes, tener respeto por las culturas, ir acorde al desarrollo de la sociedad, conocer sobre economía local, focalización de las áreas turísticas; son algunos de los aspectos que los egresados en el ámbito turístico deben dominar y tener siempre en consideración (Dachary y Arnaiz, 2016).

El sistema turístico abarca diferentes dimensiones. El egresado debe conocer estos detalles para ofertar y brindar un servicio de calidad. El sistema turístico se muestra en cinco subsistemas: la oferta turística, la demanda, la infraestructura, la superestructura y la comunidad receptora. Este conjunto interrelacionado de elementos, puede analizarse a partir de cinco dimensiones: económica, social, cultural, ambiental y política. No existe una correlación directa entre las dimensiones, que permiten analizar con mayor profundidad la relación del sistema con su entorno, y los subsistemas (Varisco y Benseny, 2013, p. 65).

2.2.6 Habilidades tecnológicas.

El sector turístico se mantiene en un cambio constante, si bien es cierto las nuevas tecnologías han sido un factor clave para el desarrollo. Se ha transformado la manera en que los clientes interactúan con los servicios que pueden recibir en línea y como las diferentes empresas turísticas manejan la información, tomando en cuenta todo lo relacionado con la distribución tecnológica y las herramientas necesarias que esta brinda, permitiendo que el cliente se sienta informado, activo y satisfecho con el servicio recibido (Tafur, 2018).

En el sector turístico se demanda el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC's), tomando en cuenta el impacto que han tenido en la oferta y demanda turística. Por tal razón, es necesario que el profesional de este sector conozca su uso, ya que esto incrementa su productividad y adquiere mayores niveles de cualificación (Cerezo y Guevara, 2015).

El profesional en el sector turístico debe ser capaz de adquirir competencias en el ámbito tecnológico, en donde pueda estar atento a las peticiones del cliente e interactuar con el mismo; mostrar por medio de algún dispositivo tecnológico los productos y servicios disponibles; y el dominio de uso del procesador de textos para presentar propuestas de servicios o de trabajo (Melián y Bulchand, 2015).

2.2.7 Manejo de segundo idioma.

Generalmente, en los trabajos de atención al cliente es requerido manejar un segundo idioma. En cualquier profesión, dominar una segunda lengua es una habilidad y herramienta imprescindible; por lo tanto, el dominio de un segundo idioma juega un rol importante para el desarrollo de las actividades diarias de una compañía, en especial del sector turístico donde existe diversidad cultural (Ocampo, 2021).

Ocampo, 2021 (como se citó en Alonso, 2006) expone que el idioma inglés es obligatorio para trabajar, ya que es un idioma que se utiliza en cualquier parte del mundo; siendo así una herramienta de comunicación para lograr estrategias de servicio. En el sector turístico, es necesario el dominio del idioma inglés para poder resolver las situaciones y necesidades de los turistas.

2.2.8 Conocimiento en atención al cliente.

El cliente es protagonista en el sector turístico. La atención al cliente va orientada a satisfacer las necesidades de los mismos, al brindar un servicio de calidad y conforme a lo que el cliente necesite, la empresa logrará incrementar su

productividad y podrá ser más competitiva en comparación con otras empresas turísticas que el cliente visite (Godoy, 2011).

Agregando a lo anterior, desde el punto de vista de Carrasco (2019) los clientes son el punto principal de toda compañía; sin los clientes no habría ventas, por ende, no existieran ingresos para la empresa. Cabe señalar que, depende del trato que se les brinde a los clientes el éxito o fracaso de la empresa.

2.2.9 Prácticas en el sector turístico.

Las prácticas son básicas en cualquier formación académica, para que el estudiante adquiera más conocimiento. Las prácticas universitarias permiten que el estudiante se adapte al mercado laboral y amplie su experiencia en la realidad del sector, complementando los conocimientos teóricos que adquiere en el aula; estas prácticas favorecen al alumno en su futura vida profesional (Chacón, Eslava, Chacón, González y del Valle, 2017).

Cueva, Van Hoof, Fernández y López (2014), señalan que:

Todos los programas de hospitalidad en el mundo han incorporado programas de prácticas dentro de sus mallas curriculares en alguna forma u otra, con el principal propósito de brindar a los estudiantes experiencias de trabajo práctico fuera de la clase y exponerlos a un lugar de trabajo, a fin de que puedan experimentar situaciones reales de trabajo y que empiecen a formar expectativas realistas de su futuro en el sector. (p.129)

Tal como lo mencionan Cueva, Van Hoof, Fernández y López (2014), las prácticas brindan nuevas experiencias a los estudiantes, de tal manera, que estas le permitan adquirir nuevos conocimientos fuera del aula de clases que le serán de utilidad en su vida profesional.

2.2.10 Perfil profesional.

El perfil profesional, va ligado a la experiencia educativa con las características de la persona. La definición hace referencia a la formación de profesionales y el diseño curricular, haciendo énfasis en las competencias y habilidades que posee

el profesional para desempeñarse en el área laboral haciendo uso de sus conocimientos previos (Moreno, 2014).

Como lo menciona Moreno, 2014, el perfil profesional hace énfasis en las competencias y habilidad; por consiguiente, Rivas, Cardoso y Cortés, 2019 (como se citó en Majo, 2005) mencionan algunas competencias que son tomadas en cuenta en el sector turístico que son mostradas en el cuadro a continuación:

Cuadro 3. Competencias mejor valoradas en el sector turismo.

SECTOR TURÍSTICO	TITULADOS EN TURISMO
Orientación marcada de servicio hacia el cliente.	Trabajar en inglés como lengua extranjera.
Trabajar en inglés como lengua extranjera.	Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera.
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.	Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.
Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos del turismo.	Orientación marcada de servicio al cliente,
Manejar técnicas de comunicación.	Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de exploración.

Fuente: Rivas, Cardoso y Cortés, 2019 (como se citó en Majo, 2005).

Como se observa en el Cuadro N°4, las competencias que exigen el sector turístico, no son tan disímiles a las que tienen los titulados en turismo para lograr su perfil profesional.

2.2.11 Innovador.

En turismo es necesario mantener una oferta actualizada, por lo tanto, los profesionales en este sector deben ser innovadores y creativos para fidelizar a los clientes. Moya (2019), nos dice que: “la innovación es de interés en cualquier

campo profesional o disciplina científica, y contradice esa parte de la condición humana que tanto teme a lo desconocido” (p.33).

De esta manera, el profesional en turismo que es innovador y creativo, puede implementar nuevas ideas en su área de trabajo. La innovación en el sector turístico, permite que las empresas se posicionen en base a su competencia, para ofrecer a sus clientes lo mejor en el sector turístico (Moya, 2016).

2.2.12 Ética profesional.

La Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2019), definen la ética profesional como: “se preocupa de establecer principalmente a los valores, principios y normas subyacentes a las responsabilidades y el ejercicio de una profesión” (p.4).

Desde esta perspectiva, los profesionales tienen el compromiso de contribuir a crear y mantener un estado de orden y paz en su área de trabajo, dando atribución a cualquiera de las profesiones el deber de colaborar para mantener una vida y desarrollo de manera civilizada (López, 2013, como se citó en Durkheim, 1992).

En esa misma línea, la ética profesional en turismo es imprescindible para brindar un buen servicio y asegurar la calidad del viaje de los visitantes. La ética laboral, juega un papel muy importante en el profesional de turismo. “Sin ella, no se tendría base para avanzar con la mira de siempre mejorar y optimizar los servicios, aprovechando los recursos naturales que cada lugar o zona turística brindan al sector turístico, siempre teniendo en cuenta que sea sustentable” (Moya, 2016, p. 33).

2.2.13 Relaciones sociales.

Las relaciones sociales son necesarias en cualquier puesto de trabajo. Nieves (2014), lo define como: “se hace referencia a los contactos personales de trabajo que estos mantienen con individuos o entidades ajenas a la organización

(relaciones externas) o con otros miembros de su propia empresa (relaciones internas)” (p.167).

2.2.15 Responsabilidad.

La responsabilidad es un valor que debe poseer todo ser humano, para que pueda llevar una vida plena. Se define según la Real Academia Española, citado por Sacco (2009), como: “es la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente” (p.384).

2.3 Inserción laboral.

Los estudiantes al graduarse de la universidad, se preocupan por buscar un empleo. Sin embargo, las exigencias en el mercado laboral han ido aumentando, el egresado se va a situar en un puesto de acuerdo con su nivel educativo; es decir, requiere de un título universitario con un grado alto, para obtener un puesto laboral conforme a su preparación; también cuando ya tienen su puesto laboral toman en cuenta su desempeño laboral (Benítez, 2014).

Pérez y Romero (2017) señalan que la inserción laboral es el proceso en el que los individuos se incorporan a la actividad económica. Teniendo en cuenta, que la oportunidad de insertarse en el campo laboral la tiene el profesional universitario, ya que alcanzan un perfil profesional con altos requerimientos y exigencias en el mercado laboral.

2.4 Características.

Las universidades ya sean estatales o privadas, deben analizar en el mercado laboral aquellos elementos que permitan contribuir en la actualización o reestructuración de sus técnicas de enseñanza, llámese las metodologías que se utilizan para preparar a los alumnos y el plan de estudio acorde a las necesidades que se presentan en el sector (De Araújo, 2011).

Muchos de los profesionales de turismo ocupan puestos que están relacionados a su especialidad; sin embargo, muchas veces están en puestos para los cuales no fueron preparados. Por la necesidad de un trabajo, aceptan las vacantes que le son ofrecidas, generalmente los egresados de turismo deben seguir especializándose, tomando cursos de perfeccionamiento y cualquier otra oportunidad de ampliar sus conocimientos en el área, para poder alcanzar una mejor posición laboral, incluso un puesto administrativo (Tirado, 2014).

2.4.1 Dominio del idioma inglés.

Conocer un segundo idioma, siempre será una pieza clave para adquirir un empleo; en el sector turístico es imprescindible dominar un segundo idioma. Es necesario el dominio del idioma inglés, cuando se está optando por una plaza de empleo. En turismo, es vital ya que, se está en relación con visitantes extranjeros y de la misma forma el conocimiento de palabras en áreas de trabajo específicas en turismo para evitar confusiones (Tenorio, 2020).

Es necesario y fundamental la adquisición de una segunda lengua, ya que esto nos permitirá encontrar un mejor empleo (Anzules, Marcillo y Menéndez, 2017). Riesco (como se citó en Anzules et al., 2017) indica que se debe dotar a los estudiantes con un idioma que les permita enfrentarse a los retos de su puesto de trabajo tales como: negociación, presentación de productos y empresas. El inglés es indispensable en cualquier empresa, porque permite desarrollar las funciones laborales efectivamente.

2.4.2 Prácticas universitarias.

Las prácticas universitarias son parte de la formación académica del estudiante. Zabalza (2013) señala que las prácticas son “aquellos periodos de formación que los estudiantes universitarios (de grado o posgrado) realizan fueran de la universidad en contextos profesionales reales” (p. 19).

Generalmente, las carreras universitarias tienen la materia de práctica incluida en su plan de estudio, lo que permite que el estudiante adquiera más conocimientos. Los estudiantes, consideran las prácticas universitarias como un valor formativo en su preparación académica. La gran ventaja para los estudiantes es que pueden acceder a un puesto laboral luego de realizar su práctica en una empresa específica, o bien, le permite adquirir experiencia laboral para posteriormente incorporarse en otra empresa del sector turístico (Costa y Vidal-Casellas, 2013).

2.4.3 Experiencia previa.

Los profesionales del sector turístico, generalmente para obtener un puesto laboral le solicitan experiencia previa. De allí, surge la importancia de las prácticas universitarias, de esta manera, el estudiante adquiere experiencia laboral en la adquisición de competencias que le permitan desempeñar un buen rol en su puesto laboral. La experiencia laboral dentro de la etapa estudiantil, permite que el nuevo profesional adquiera destrezas en labores productivas, disciplina para desempeñar sus obligaciones y deberes, y el trabajo en equipo (Román et al., 2018).

2.4.5 Comunicación oral y escrita.

Para que un profesional en el ámbito turístico adquiera una posición laboral, debe tener un sinnúmero de competencias fundamentales. La comunicación oral y escrita es tomada en cuenta para la inserción laboral, ya que mediante esta técnica se transmite información, ideas, problemas y soluciones (Tejada, 2018). Un profesional debe tener una gran habilidad para comunicarse correctamente de manera oral y escrita.

2.4.5 Capacidad creativa.

Las personas poseen un sinnúmero de cualidades, dentro de ellas se encuentra la creatividad. Esta es una capacidad que posee cada individuo para ejecutar

cualquier actividad artística o científica. La creatividad ayuda al ser humano para solucionar cualquier situación que se le presente; este proceso ayuda a la resolución de problemas que en ocasiones es restringido por algunos obstáculos (Almansa, 2012).

Desde otra perspectiva, García y Pulido (2015), señalan lo siguiente referente a la capacidad creativa del ser humano:

La creatividad se liga, por tanto, a una serie de personas que, por sus actitudes, aptitudes y rasgos de su personalidad, se pueden considerar creativas, de pensamiento divergente, con gran capacidad para unir elementos distantes y generar nuevas ideas. Al mismo tiempo, la necesidad de establecer el método creativo es vital. Se trata de clarificar el itinerario que nos lleva desde la detección del problema a la solución divergente del mismo. Con dicha solución vendrá el resultado, lo que diferencia un producto o resultado creativo de otro que no lo es. (p. 76)

De acuerdo con el punto de vista de García y Pulido (2015), se comprende que la creatividad va ligada a las actitudes, aptitudes y personalidad de las personas. Por lo tanto, para que una persona pueda resolver un conflicto necesitará hacer uso de su capacidad creativa para solucionarlo.

2.4.6 Espíritu innovador.

Un profesional en turismo debe contar con un espíritu innovador, para brindar un buen servicio al cliente. Guzmán (2015), define la innovación como: “proceso mediante el cual una organización utiliza sus habilidades y recursos para desarrollar nuevos y mejores bienes y servicios o nuevos sistemas de producción y operación con el fin de responder mejor a las necesidades de sus clientes” (p. 168).

Leite, Correia y Sánchez (2015), señalan que, para poder desarrollar el espíritu innovador, existe un pilar básico que es la educación. Por lo tanto, desde el punto de vista de estos autores, es importante que los profesionales se eduquen constantemente para mantener su espíritu innovador y mejorar sus procesos constantemente.

2.4.7 Extrovertido.

El profesional en turismo, debe poseer una personalidad acorde a su trabajo. Salvador (2012), define este término como: “los extrovertidos son personas que disfrutan de interactuar con el mundo exterior. Les gusta hacer cosas a nivel práctico, disfrutan gastando energía, siendo activos y disfrutando de la interacción con los otros” (p. 5).

A partir de la definición de Salvador (2012), la persona extrovertida debe tener diferentes facetas como: calidez, sociabilidad, asertividad, actividad, búsqueda de emociones y emociones positivas (Vega, 2015).

2.4.8 Relaciones interpersonales.

En turismo, la interacción con los demás es importante. “Las relaciones interpersonales consisten en la interacción recíproca entre dos o más personas. Involucra destrezas sociales y emocionales que promueven las habilidades para comunicarse efectivamente, el escuchar, la solución de conflictos y la expresión auténtica de uno mismo” (Cornejo y Tapia, 2011, p. 224).

Todos los profesionales deben ser capaces de llevarse bien con sus compañeros y trabajar en equipo, por el bien común de la empresa. Es común encontrar diferentes personalidades en los trabajos y aunque no es tarea fácil interactuar con ciertos compañeros de trabajo, una estrecha relación con los demás permitirá el buen funcionamiento de la empresa (Martínez, 2017).

2.4.9 Ser responsable.

Una persona es responsable, cuando responde por sus actos y la consecuencia de estos. El individuo es responsable de su conducta, por lo tanto, de los

resultados que obtenga, teniendo en cuenta que no todas las circunstancias que se le presentan son las mismas (de Dios Alija, 2013).

2.4.10 Habilidad de liderazgo.

Es posible definir liderazgo como: “capacidad de provocar un rendimiento extraordinario en gente normal y corriente” (Tracy, 2015, p. 2). Desde otra perspectiva, el liderazgo se ejerce por un líder que es indispensable que cuente con habilidades y capacidad para que pueda desarrollar su función y rol de manera adecuada, de tal manera que cuente con credibilidad y reconocimiento por parte de sus individuos a cargo (Sánchez y Barraza, 2015).

El líder, debe ser responsable de coordinar, organizar y motivar a su equipo para poder alcanzar los objetivos y metas. De esta manera, debe reunir ciertas capacidades para crear, consolidar e incrementar su posición, estas son: capacidad técnica, capacidad analítica, capacidad humana, capacidad para trabajar en equipo y capacidad intelectual (López, 2013, p. 4).

2.4.11 Enfoque al cliente.

En turismo, la calidad va centrada en el cliente en el cual se debe lograr la satisfacción y lealtad al ofrecerle el servicio, de tal manera que se ganen más clientes. El éxito de una empresa turística, va a depender de la calidad de sus productos y servicios, al lograr el servicio de calidad los clientes se van a sentir bien; por lo tanto, satisfacen sus necesidades y a la vez desean volver al destino turístico para recibir el mismo servicio o de mejor calidad (De León, Arteta y Noda, 2016).

Para Zegarra (2013) para poder establecer la calidad de una empresa, se debe basar en la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Para poder lograr esto, se debe satisfacer sus necesidades y llenar sus expectativas, de tal manera que, obtengan una calidad de servicio óptimo y acorde a lo ofertado.

En turismo, el servicio que se ofrece es diferente a otras empresas. “La entrega se hace directamente al cliente, incluyendo aspectos tangibles e intangibles, la intensiva utilización de mano de obra, alta velocidad de respuesta, y a todo esto se les añaden las innovaciones tecnológicas aplicadas a las diferentes áreas” (Damián y Suárez, 2015, p. 154).

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de investigación y tipo de estudio.

- Diseño de investigación.

Para efectuar esta investigación, se decidió realizarla con un diseño no experimental. Este tipo de investigación se basa en la observación de lo que sucede en el entorno, sin intervenir en el desarrollo de este (Behar, 2008).

- Tipo de estudio.

Se llevará a cabo un tipo de estudio descriptivo, que permite estudiar la naturaleza general de los fenómenos (Morales, 2012). En este caso, conocer el perfil de egreso asociada a la inserción laboral de los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS-Chiriquí; teniendo un período de tiempo transversal, que es aquel donde se toman datos en un momento único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2 Población, sujetos y tipo de muestra estadística.

- Población.

La población por estudiar en esta investigación, corresponde a los graduados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS-Chiriquí. Esta población está constituida por 7 individuos; compuesta por 4 mujeres y 3 hombres.

- Sujetos o muestras.

Para esta investigación, se excluyeron a los graduados del año 2017 de esta carrera y cualquier otra facultad. Se incluyeron 7 graduados que corresponden a los años 2018-2019, que es el período que se ha considerado tomar en cuenta para la investigación, ya que la población egresada es mayor.

- Tipo de muestreo estadístico.

Para esta investigación, se utilizará un muestreo aleatorio simple; es decir, todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos (Rodríguez y Mendivelso, 2018). No se realizó ningún cálculo de muestra, porque se utilizaron los totales de la población.

3.3 Variables – definición conceptual y operacional –

- Identificación de variables.
 - Variable independiente: Perfil de egreso.
 - Variable dependiente: Inserción laboral.
- Definición conceptual y operacional de las variables.

Definición conceptual de la variable independiente: Perfil de egreso.

Formación profesional considerando el contexto social, involucrando al profesional y las habilidades más relevantes asociadas a la disciplina (Ferro, et al., 2020).

Definición operacional de la variable independiente: Perfil de egreso.

La variable independiente se ha operacionalizado definiendo la dimensión aspectos; de la cual se han extraído 14 indicadores, los cuales son: competencias, trabajo en equipo, vocación de servicio, resolución de problemas, conocimiento del sistema turístico, habilidades tecnológicas, manejo de segundo idioma, conocimiento en atención al cliente, prácticas en el sector turístico, perfil profesional, innovador, ética profesional, relaciones sociales y responsabilidad; con estos indicadores se confeccionaron los siguientes ítems: dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene las competencias necesarias para desempeñarse en el sector turístico; dentro de los aspectos de su perfil de egreso,

ha logrado el trabajo en equipo; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, cuenta con vocación de servicio para brindar una buena atención; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene usted la habilidad de resolución de problemas; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene usted conocimiento del sistema turístico; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene habilidades tecnológicas; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene manejo de segundo idioma; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene conocimiento en atención al cliente; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, realizó prácticas en el sector turístico; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, cuenta con un perfil profesional; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, es innovador; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, posee ética profesional; dentro de los aspectos de su perfil de egreso, posee relaciones sociales; y dentro de los aspectos de su perfil de egreso, posee el valor de la responsabilidad. Estas preguntas corresponden a criterios de ponderación en la siguiente escala: (5) En gran medida, (4) En buena medida, (3) En regular medida, (2) En poca medida, (1) En ninguna medida; están contenidas en un cuestionario de encuesta y en una entrevista de preguntas abiertas, para darle respuesta al objetivo específico: identificar qué aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe.

Definición conceptual de la variable dependiente: Inserción laboral.

Es un proceso integral en donde intervienen diferentes factores, como las características que presentan las personas y las oportunidades del mercado laboral para la empleabilidad (Mamani, 2019).

Definición operacional de la variable dependiente: Inserción laboral.

La variable dependiente se ha operacionalizado, definiendo la dimensión características, de la cual se han extraído 11 indicadores los cuales son: dominio del idioma inglés, prácticas universitarias, experiencia previa, comunicación oral y escrita, capacidad creativa, espíritu innovador, extrovertido, relaciones

interpersonales, ser responsable, habilidad de liderazgo, y enfoque al cliente; con estos indicadores se confeccionaron los siguientes ítems: dentro de las características para su inserción laboral ha influido el dominio del idioma inglés; dentro de las características para su inserción laboral ha influido sus prácticas universitarias; dentro de las características para su inserción laboral ha influido su experiencia previa en el sector; dentro de las características para su inserción laboral ha influido su habilidad de comunicación oral y escrita; dentro de las características para su inserción laboral ha influido su capacidad creativa; dentro de las características para su inserción laboral ha influido su espíritu innovador; dentro de las características para su inserción laboral ha influido ser extrovertido; dentro de las características para su inserción laboral ha influido las relaciones interpersonales; dentro de las características para su inserción laboral ha influido ser responsable; dentro de las características para su inserción laboral ha influido su habilidad de liderazgo; y dentro de las características para su inserción laboral ha influido el enfoque al cliente. Estas preguntas corresponden a criterios de ponderación en la siguiente escala: (5) En gran medida, (4) En buena medida, (3) En regular medida, (2) En poca medida, (1) En ninguna medida; están contenidas en un cuestionario de encuesta y en una entrevista de preguntas abiertas, para darle respuesta al objetivo específico: Reconocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

3.4 Instrumentos y/o técnicas y/o materiales-equipos.

El enfoque que se le ha dado a este estudio es cuantitativo, por lo cual se ha utilizado como técnica una encuesta cuyo instrumento es un cuestionario de preguntas cerradas que responden a criterios de ponderación en la siguiente escala: 5) En gran medida, (4) En buena medida, (3) En regular medida, (2) En poca medida, (1) En ninguna medida; que les dan respuesta a los objetivos específicos.

3.4.1 Confiabilidad y validación del instrumento.

Tabla 2. Análisis de confiabilidad del instrumento.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.927	25

Fuente: Serrano, 2021.

Utilizando el análisis de fiabilidad por medio del Alfa de Cronbach se realizó la confiabilidad de este instrumento, dando como resultado .927, lo que indica que el instrumento a utilizar es confiable.

Tabla 3. Análisis de validez del instrumento.

Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación.		
Total	% de la varianza	% acumulado
9.988	39.950	39.950
8.001	32.004	71.954
7.011	28.046	100.000

Fuente: Serrano, 2021.

Utilizando el análisis factorial, a través de la varianza total explicada se realizó la validez del instrumento, dando un porcentaje acumulado de 100%, lo que indica que el instrumento está listo para ser aplicado a la población seleccionada.

3.5 Procedimiento.

Fase N°1: Se establece la idea del estudio, de la cual se realiza el planteamiento del problema, estableciendo la pregunta de investigación y los objetivos. Se sustenta un anteproyecto para la aprobación del título y de la idea que se tiene para la investigación.

Fase N°2: Se realiza una revisión teórica, relacionada con el título de investigación para proceder a realizar la situación actual y la justificación de la investigación.

Fase N°3: Se establece la hipótesis de investigación y con los objetivos se realiza la operacionalización para establecer la estructura a desarrollar en el marco teórico, de acuerdo con los conceptos relacionados a el título de investigación.

Fase N°4: Desarrollo del marco metodológico con el establecimiento de la población a estudiar, con sus características, identificación de las variables y su definición conceptual y operacional.

Fase N°5: Se determinan los instrumentos a utilizar en la investigación y se procede a la confiabilidad y validez de estos.

Fase N°6: Se procede a la aplicación de los instrumentos. Y luego a la clasificación de los resultados obtenidos.

Fase N°7: Se sistematiza la información obtenida de los instrumentos a través del software SPSS. Luego se realiza el análisis de resultados.

Fase N°8: Se determinan las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se realiza la sustentación de los resultados.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para obtener los resultados a las interrogantes sobre la investigación; perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, se utilizó como instrumento un cuestionario de preguntas cerradas aplicado a los egresados de Gestión Turística Bilingüe de UDELAS-Chiriquí. A continuación, a través de los siguientes resultados se da respuesta a la hipótesis y objetivos de la investigación.

4.1 Comprobación de la hipótesis.

Tabla 4. Tabla de contingencia.

		Para su inserción laboral ha influido sus prácticas universitarias			Total
		En regular medida	En buena medida	En gran medida	
En su perfil de egreso realizó prácticas en el sector turístico	En buena medida	0	1	0	1
	En gran medida	4	0	2	6
Total		4	1	2	7

Fuente: Serrano, 2021.

Tabla 5. Chi Cuadrado de Pearson.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7.000 ^a	2	.030
Razón de verosimilitudes	5.742	2	.057
Asociación lineal por lineal	.105	1	.746
N de casos válidos	7		

a. 6 casillas (100.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .14.

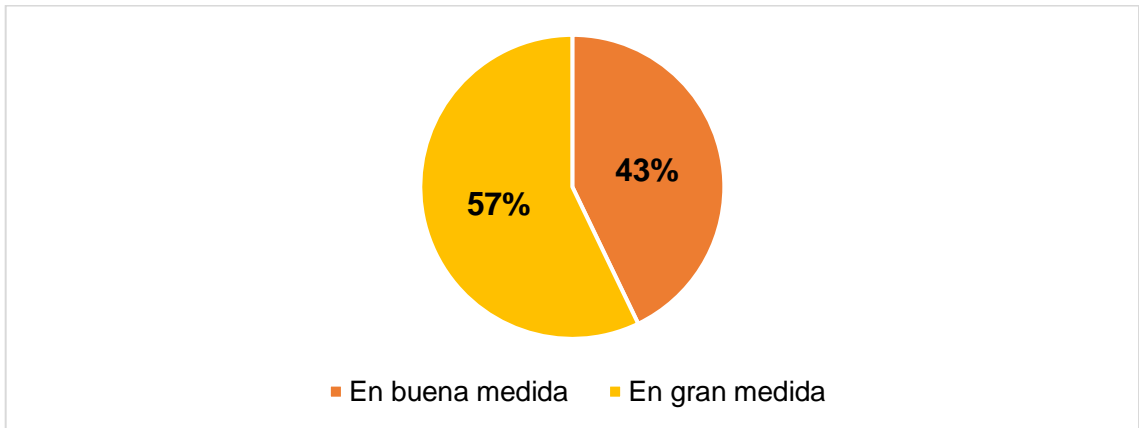
Fuente: Serrano, 2021.

Se ha logrado realizar la comprobación de la hipótesis con ítems de la variable independiente e ítems de la variable dependiente. Como la significación asintótica en el Chi cuadrado de Pearson es menor a .05, rechazamos la hipótesis nula (H_0) y aceptamos la hipótesis alternativa (H_1), que dice: “Existe asociación entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.”

4.2 Aspectos que se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe.

Para conocer que aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe, se utilizaron los siguientes indicadores: competencias, trabajo en equipo, vocación de servicio, resolución de problemas, conocimiento del sistema turístico, habilidades tecnológicas, manejo de segundo idioma, conocimiento en atención al cliente, prácticas en el sector turístico, perfil profesional, innovador, ética profesional, relaciones sociales y responsabilidad.

Gráfica 5. Considera que las competencias son necesarias para desempeñarse en el sector turístico.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Tomando en cuenta la opinión de los graduados, se observa que, el 57% opinó en buena medida y el 43% en gran medida, siendo ambas respuestas positivas en la escala. Es decir, consideran que las competencias son necesarias para desempeñarse en el sector turístico, tomando en cuenta la definición de este indicador dada por el autor Carbajulca (2019).

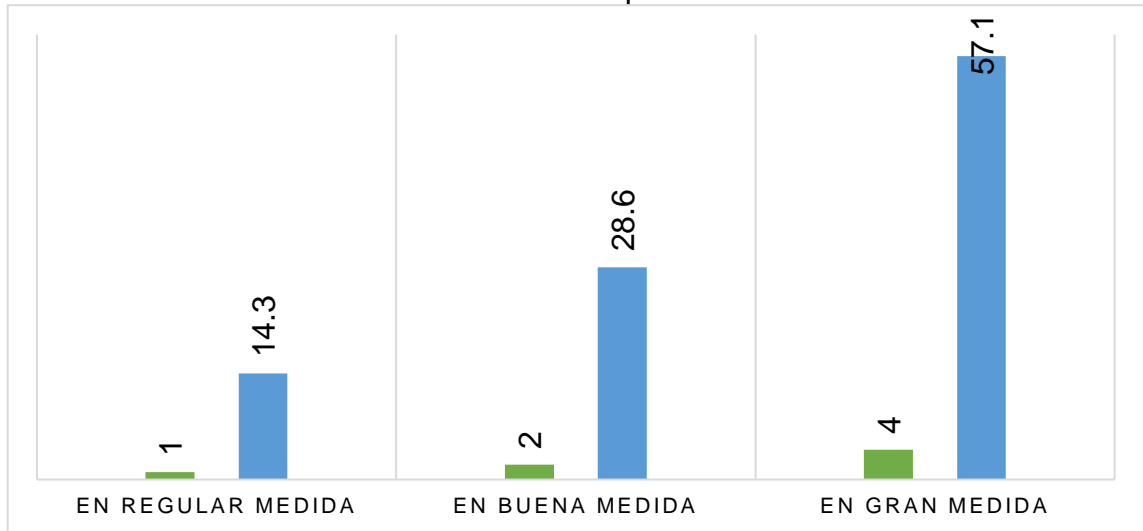
Tabla 6. Considera que ha logrado el trabajo en equipo.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En buena medida	4	57.1
En gran medida	3	42.9
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

El trabajo en equipo es uno de los aspectos que se toma en cuenta en el perfil de egreso, se obtuvo como resultado que una frecuencia de 4 egresados considera en buena medida haber logrado el trabajo en equipo y 3 egresados considera en gran medida lograr el trabajo en equipo. Por lo tanto, según el punto de vista del autor Tejada (2018), los egresados trabajan en equipo para poder lograr un objetivo en común.

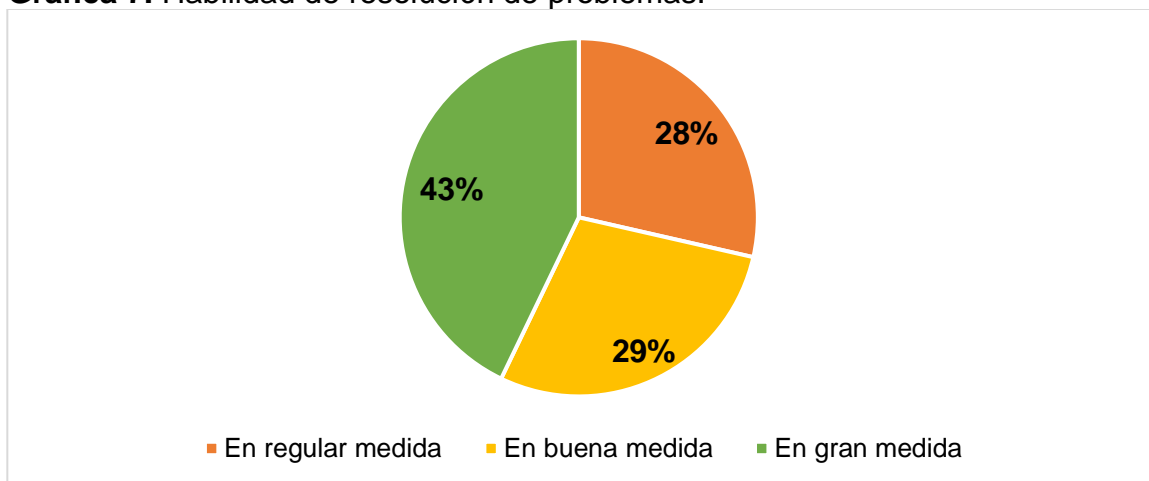
Gráfica 6. Cuenta con vocación de servicio para brindar una buena atención.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022

La vocación de servicio como lo indicaron Botia y Orozco (2012), se trabaja cara a cara con el cliente. Por lo tanto, de los graduados encuestados 1 de ellos que representa el 14.3%, considera en regular medida contar con vocación de servicio, 2 de ellos que representa el 28.6%, consideran en buena medida contar con vocación de servicio, y 4 de ellos que representa el 57.1%, consideran en gran medida contar con vocación de servicio; siendo estos últimos una respuesta positiva al perfil de egreso.

Gráfica 7. Habilidad de resolución de problemas.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

De los graduados encuestados, el 28% considera en regular medida tener la habilidad de resolución de problemas; el 29% considera en buena medida contar con la habilidad de resolución de problemas y el 43% considera en gran medida tener la habilidad de resolución de problemas. En tanto a estos resultados y según lo que indica el autor Paradinas (2020), los graduados pueden resolver los problemas y al hacerlo ofrecer un servicio de alta calidad.

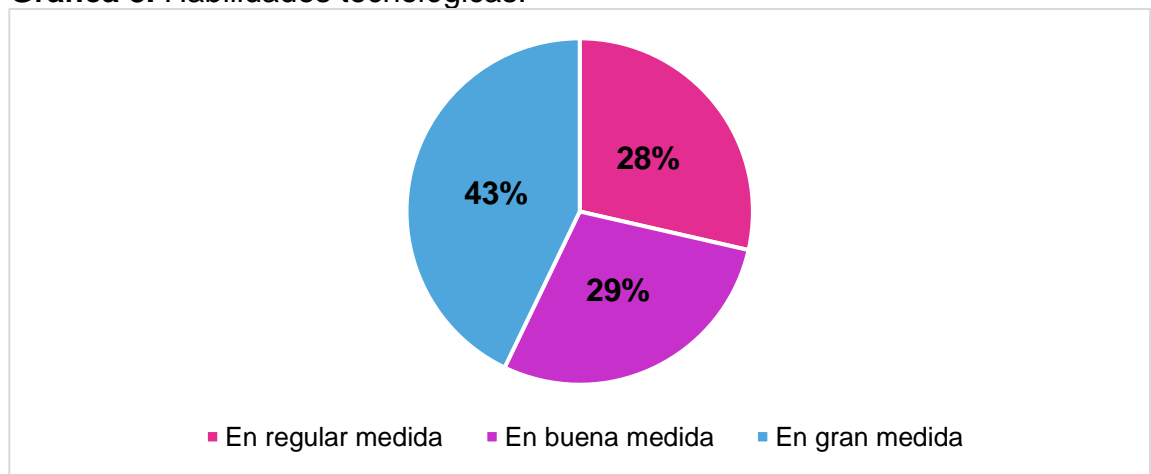
Tabla 7. Conocimiento del sistema turístico.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En buena medida	4	57.1
En gran medida	3	42.9
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Conforme lo expresaron Varisco y Benseny (2013), el sistema turístico abarca diferentes dimensiones, por lo cual, 4 graduados piensan que tienen en buena medida conocimiento del sistema turístico; mientras que 3 graduados consideran que tienen en gran medida conocimiento del sistema turístico. Ambos resultados son positivos, por lo tanto, los graduados de Gestión Turística Bilingüe cuentan con los conocimientos necesarios del sistema turístico.

Gráfica 8. Habilidades tecnológicas.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Como lo señaló el autor Tafur (2018), las nuevas tecnologías han sido factor clave en el desarrollo turístico. Para los graduados, el 28% considera en regular medida contar con habilidades tecnológicas, el 29% piensa que cuenta en buena medida con habilidades tecnológicas y el 43%, cree que cuenta en gran medida con habilidades tecnológicas.

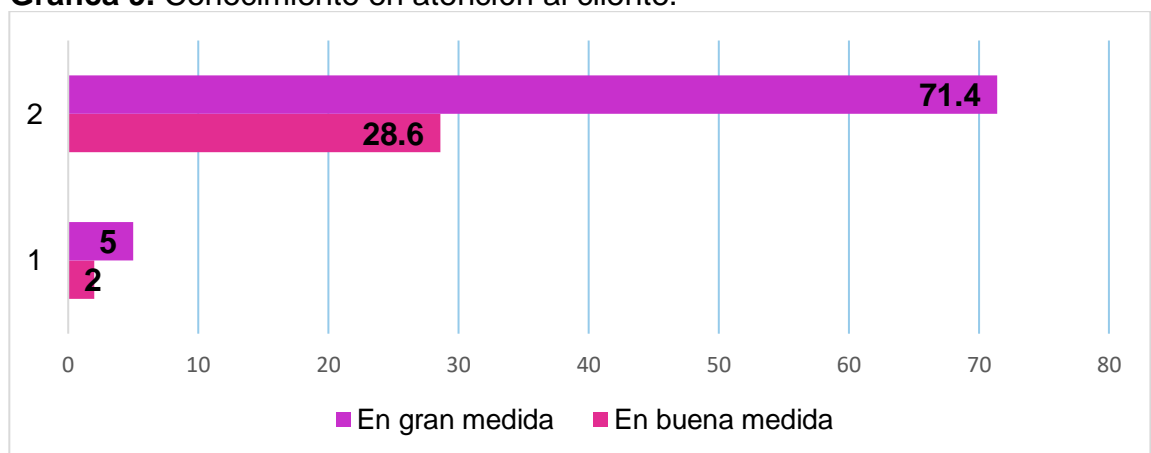
Tabla 8. Maneja un segundo idioma.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	2	28.6
En buena medida	2	28.6
En gran medida	3	42.9
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Para Ocampo (2021) es imprescindible manejar una segunda lengua. Considerando esta opinión, 2 de los graduados considera en regular medida el manejo de un segundo idioma, 2 de los graduados piensa en buena medida el manejo de un segundo idioma y 3 de los graduados cree en gran medida tener manejo de un segundo idioma. Teniendo en cuenta esto, es posible destacar la positividad de 5 graduados en manejar un segundo idioma.

Gráfica 9. Conocimiento en atención al cliente.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Tomando como referencia la opinión de Carrasco (2019), que los clientes son el punto principal de toda compañía, se les cuestiona a los graduados su conocimiento en atención al cliente, observando que el 71.4% considera en gran medida tener conocimiento en atención al cliente, siendo esta una respuesta favorable al cuestionamiento, ya que, serán capaces de ofrecer un buen servicio.

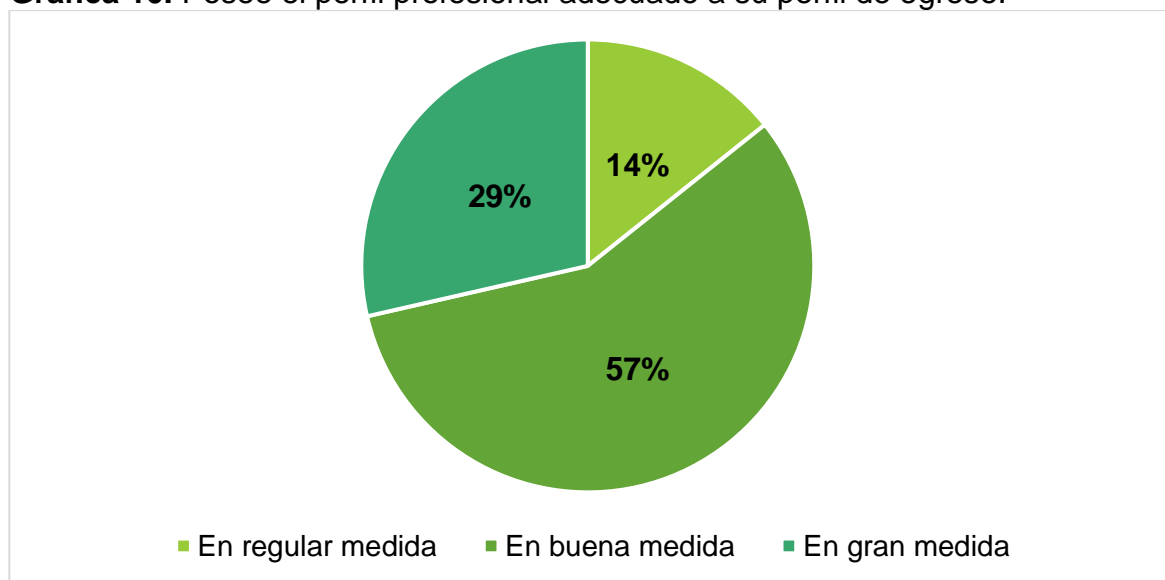
Tabla 9. Realizó prácticas en el sector turístico.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En buena medida	1	14.3
En gran medida	6	85.7
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Considerando la opinión de los graduados el 85.7%, considera en gran medida la realización de prácticas en el sector turístico. Resultando una respuesta positiva, porque esto permite que se adapte al mercado laboral y amplie su experiencia en el sector, tal como lo mencionaron los autores Chacón, Eslava, Chacón, González y del Valle (2017).

Gráfica 10. Posee el perfil profesional adecuado a su perfil de egreso.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

El perfil profesional posee competencias y habilidades tal como lo indicó el autor Moreno (2014), y en donde los graduados en un 14%, considera en regular medida poseer el perfil profesional adecuado a su perfil de egreso, mientras que el 29% cree en buena medida, contar con el perfil profesional adecuado a su perfil de egreso y el 57%, piensa en gran medida contar con el perfil profesional adecuado a su perfil de egreso. Obtenidos estos dos últimos porcentajes, es posible decir que, los graduados cuentan con un perfil profesional apto a sus capacidades.

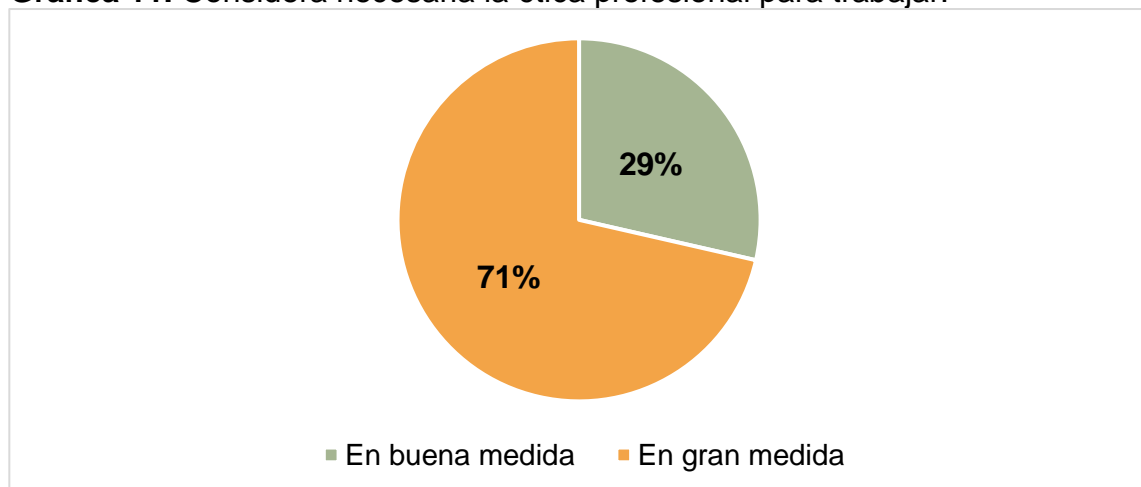
Tabla 10. Se considera capaz de ser innovador.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	1	14.3
En buena medida	5	71.4
En gran medida	1	14.3
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Ser innovador es tener nuevas ideas en el área del trabajo, como lo menciona el autor Moya (2016), 5 graduados consideran en buena medida que son capaces de ser innovadores y contar con este aspecto en su perfil de egreso.

Gráfica 11. Considera necesaria la ética profesional para trabajar.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

La ética profesional en el área laboral es importante. De los 7 graduados se obtuvo una respuesta positiva, en donde el 29% considera en buena medida que es necesaria la ética profesional para trabajar y el 71%, considera en gran medida necesaria la ética profesional para trabajar. Por lo tanto, al obtener esta respuesta positiva indica que cuentan con este aspecto en su perfil de egreso.

Tabla 11. Posee relaciones sociales conforme a su perfil de egreso.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	1	14.3
En buena medida	2	28.6
En gran medida	4	57.1
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Las relaciones sociales son con personal interno y externo del trabajo, como lo indicó el autor Nieves (2014). Para los graduados, 1 de ellos, considera en regular medida poseer relaciones sociales conforme a su perfil de egreso, mientras que 2 consideran en buena medida y 4 en gran medida poseer relaciones sociales conforme a su perfil de egreso. Es decir, 6 graduados han dado una respuesta positiva por lo que indica que, son capaces de tener relaciones sociales adecuadas en su puesto laboral.

Tabla 12. Valor de la responsabilidad.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En buena medida	2	28.6
En gran medida	5	71.4
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

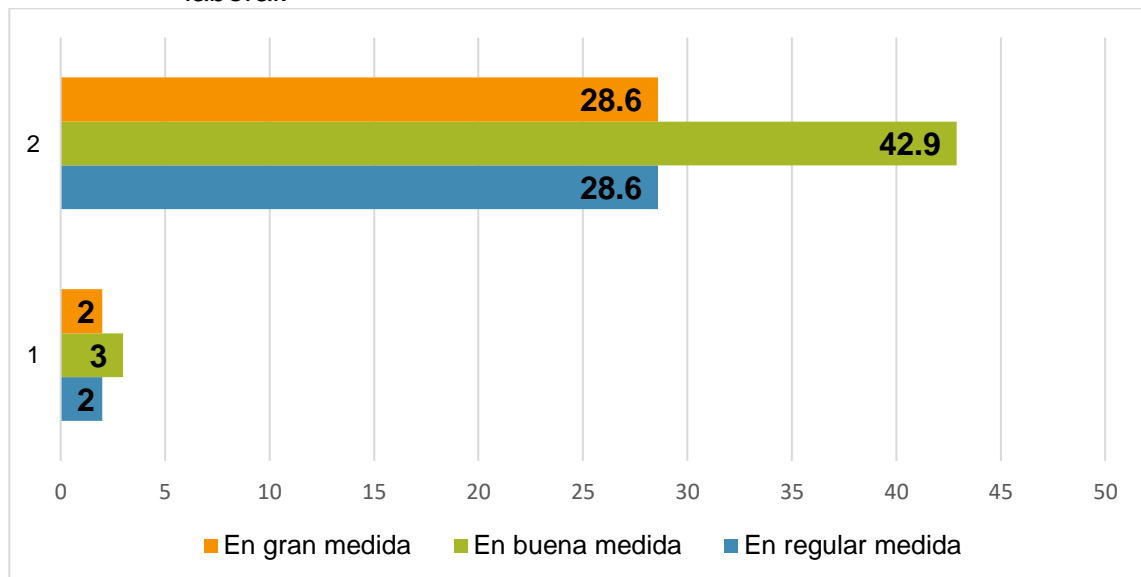
De los 7 graduados encuestados, 2 de ellos considera en buena medida el valor de la responsabilidad, mientras que 5 considera en gran medida el valor de la

responsabilidad. Estos resultados indican que los graduados destacan con este valor en su perfil de egreso y, por lo tanto, es positivo para sus puestos laborales.

4.3 Características que han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

Para conocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí, se utilizaron los siguientes indicadores: dominio del idioma inglés, prácticas universitarias, experiencia previa, comunicación oral y escrita, capacidad creativa, espíritu innovador, extrovertido, relaciones interpersonales, ser responsable, habilidad de liderazgo y enfoque al cliente.

Gráfica 12. Dominio del idioma inglés como influencia para la inserción laboral.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Para los graduados, una de las características principales que se toma en cuenta a la hora de la inserción laboral, es el dominio del idioma inglés, tal como lo señaló Tenorio (2020), pues en este sector se tiene trato con visitantes extranjeros. Por

lo tanto, según indica la serie 2 de la gráfica, el 28.6% de los graduados considera en regular medida esta característica para la inserción laboral, el 42.9% considera en buena medida necesaria para la inserción laboral y el 28.6%, cree en gran medida que el dominio del idioma inglés influya para la inserción laboral en el sector turístico.

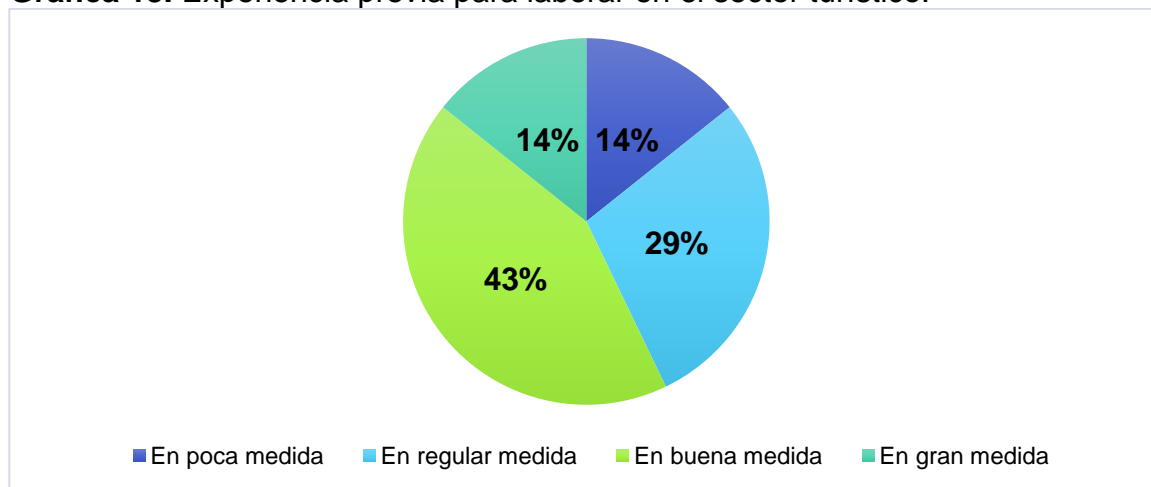
Tabla 13. Influencia de las prácticas universitarias para la inserción laboral.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	4	57.1
En buena medida	1	14.3
En gran medida	2	28.6
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Las prácticas universitarias son de valor formativo para la preparación académica, como lo señalaron Costa y Vidal-Casellas (2013). Desde este enfoque, 4 de los graduados piensan en regular medida la influencia de las prácticas universitarias para la inserción laboral, mientras que, 1 considera en buena medida y 2 en gran medida, es decir, de manera positiva la influencia de las prácticas universitarias para la inserción laboral.

Gráfica 13. Experiencia previa para laborar en el sector turístico.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

A raíz de las prácticas universitarias, los estudiantes pueden ser capaces de adquirir experiencia. Se les cuestionó a los graduados, si esta característica influía a lo que el 14%, considera en poca medida y en regular medida que sea necesaria la experiencia previa para laborar en el sector turístico; mientras que, el 43% considera en buena medida y el 29% en gran medida necesaria la experiencia previa para laborar en el sector turístico.

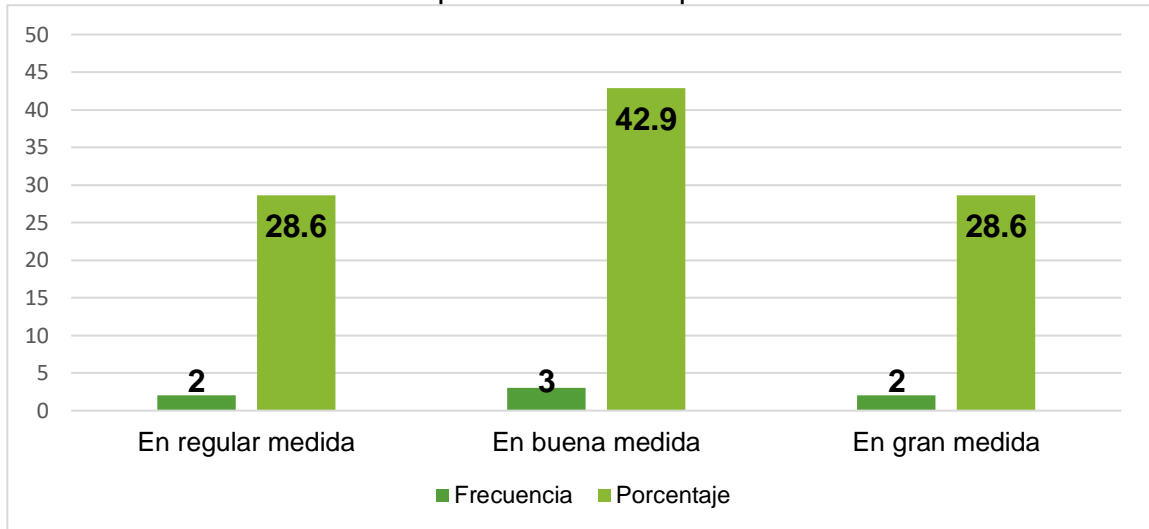
Tabla 14. Habilidad de comunicación oral y escrita para la inserción laboral.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	1	14.3
En buena medida	3	42.9
En gran medida	3	42.9
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

La comunicación es imprescindible en cualquier trabajo, por medio de ella se puede transmitir información, ideas y soluciones tal como lo indicó el autor Tejada (2018). Es importante conocer cómo se sienten los graduados, ante esta característica para lograr un puesto laboral, en la cual, 1 cree en regular medida que sea necesaria esta característica para la inserción laboral; mientras que 3 en buena medida y 3 en gran medida, piensan que es importante contar con la habilidad de comunicación oral y escrita para la inserción laboral en el sector turístico.

Gráfica 14. Influencia de la capacidad creativa para la inserción laboral.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

La creatividad ayuda al ser humano a solucionar cualquier situación según lo mencionó Almansa (2012). Para los graduados, el 28.6% considera en regular medida que la capacidad creativa influya en la inserción laboral; mientras que el 42.9% piensa en buena medida y el 28.6% piensa en gran medida que la capacidad creativa influye para la inserción laboral en el sector turístico.

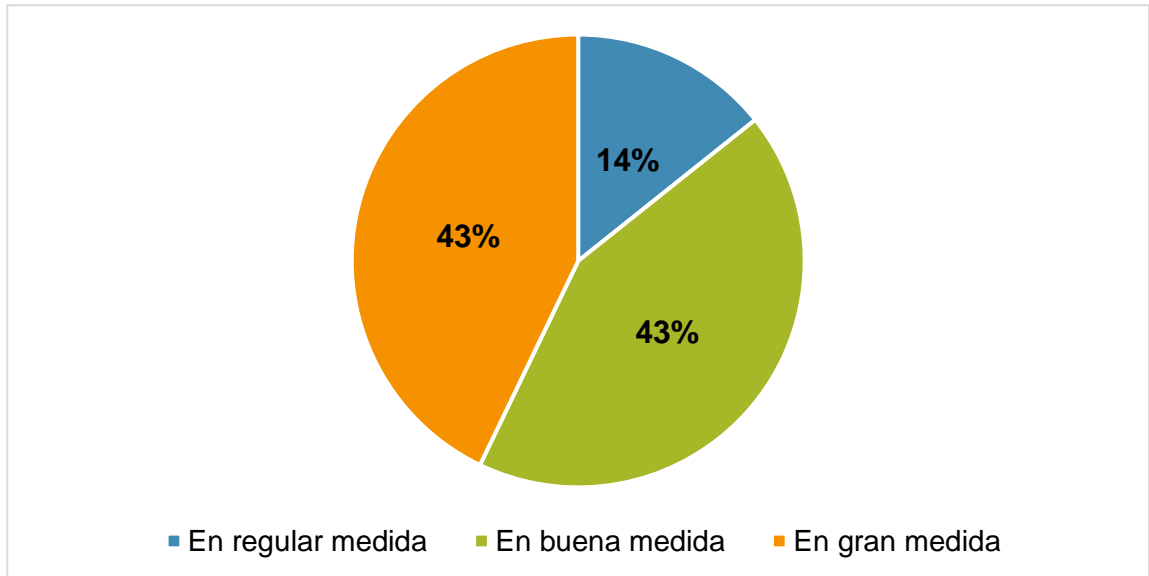
Tabla 15. Influencia del espíritu innovador para la inserción laboral.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	3	42.9
En buena medida	4	57.1
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Para 3 graduados el espíritu innovador influye en regular medida para la inserción laboral, mientras que, para 4 graduados, el espíritu innovador influye en buena medida para la inserción laboral en el sector turístico. Tomando en cuenta, que el espíritu innovador ayuda a responder mejor a las necesidades del cliente, como lo mencionó Guzmán (2015).

Gráfica 15. Considera necesario ser extrovertido en el ámbito turístico.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Las personas extrovertidas disfrutan interactuar con el mundo exterior, como lo señaló el autor Salvador (2012). Por lo tanto, el 14% de los graduados cree en regular medida que esta característica sea necesaria en el ámbito turístico; mientras que, el 43% piensa en buena medida y 43% en gran medida, siendo esto 86% de los graduados que consideran necesario ser extrovertido en el ámbito turístico.

Tabla 16. Son necesarias las relaciones interpersonales en el sector turístico.

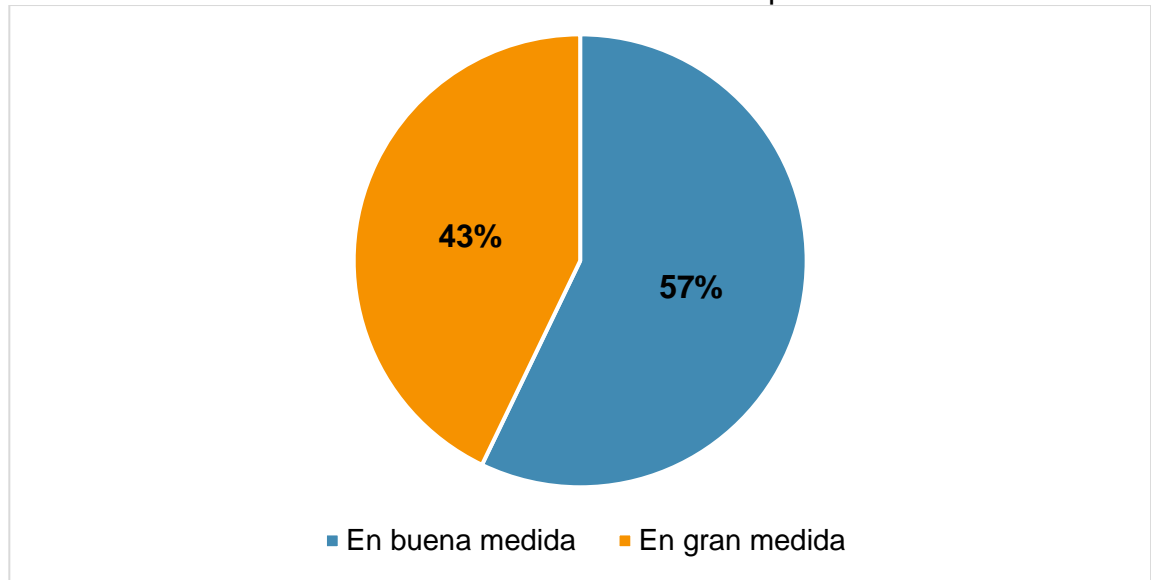
Escala	Frecuencia	Porcentaje
En regular medida	1	14.3
En buena medida	4	57.1
En gran medida	2	28.6
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Para 1 graduado, las relaciones interpersonales son en regular medida necesarias en el sector turístico; mientras que, 4 graduados consideran en buena medida y 2 graduados en gran medida necesarias las relaciones interpersonales necesarias

en el ámbito turístico. Recordando como nos mencionó el autor Martínez (2017), que las relaciones interpersonales es llevarse bien con los compañeros y saber trabajar en equipo por el bien común de la empresa y los clientes.

Gráfica 16. Es necesario en el sector turístico ser responsable.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Se ha logrado evidenciar al 100%, que ser responsable es necesario en el sector turístico, ya que, el 43% de los graduados considera en buena medida y el 57% en gran medida que es necesario ser responsable en el sector turístico. Por lo tanto, los graduados poseen esta característica que les permitirá una inserción laboral satisfactoria.

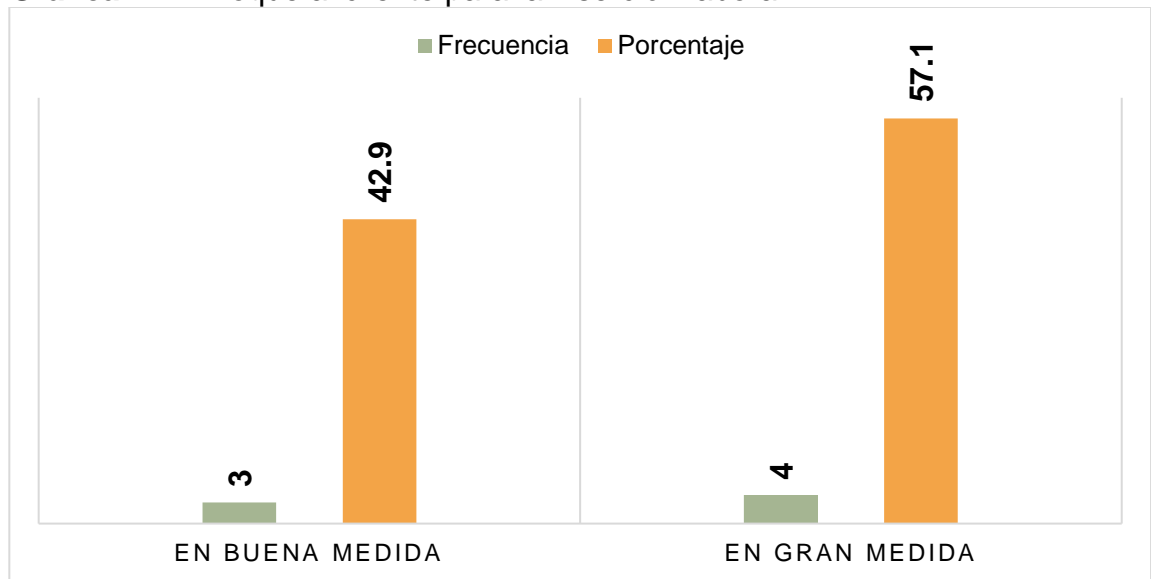
Tabla 17. Es capaz de ejercer la habilidad de liderazgo.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
En buena medida	6	85.7
En gran medida	1	14.3
Total	7	100.0

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

Un líder según Sánchez y Barraza (2015), debe poseer habilidades y capacidad para desarrollar su función. Desde esta perspectiva, 6 graduados piensan en buena medida y 1 graduado en gran medida que son capaces de ejercer la habilidad de liderazgo; esto representa que el 100% de los graduados, tiene una respuesta positiva ante esta característica para su inserción laboral.

Gráfica 17. Enfoque al cliente para la inserción laboral.



Fuente: Resultados de la encuesta aplicada a los graduados de Gestión Turística Bilingüe, 2022.

El cliente es el protagonista en turismo y se deben satisfacer sus necesidades según lo mencionó De León, Arteta y Noda (2016). Para los graduados, el 42.9% piensa en buena medida y el 57.1%, piensa en gran medida que es importante enfocarse al cliente para la inserción laboral. Ambas respuestas obtenidas son positivas, por lo tanto, el 100% de los graduados se enfoca en las necesidades de los clientes.

CONCLUSIONES

En base a la investigación sobre el perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí, se logró obtener resultados de acuerdo con la hipótesis planteada y los objetivos. Por lo tanto, la evidencia presentada anteriormente demuestra lo siguiente:

- En cuanto a la hipótesis planteada, por medio del chi cuadrado de Pearson en donde se obtuvo una significación asintótica de .03, fue posible aceptar la hipótesis alternativa que indica que existe una asociación entre el perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.” (Tabla 5, Página 52).
- Las competencias son un aspecto necesario para desempeñarse en el sector turístico, como se ha observado en los resultados obtenidos los graduados de Gestión Turística Bilingüe consideran en una actitud positiva haber logrado estas competencias en su perfil de egreso. (Gráfica 5. Página 54).
- El trabajo en equipo se logra inculcándolo en los estudiantes mientras se está en la carrera, afortunadamente los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, han logrado este aspecto en su perfil de egreso, lo que indica que mientras se desenvuelvan en su puesto laboral podrán trabajar en equipo de manera exitosa. (Tabla 6. Página 54).
- En turismo es necesario contar con vocación de servicio, ya que, constantemente se está en interacción con el cliente y se debe satisfacer sus necesidades. Para los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe consideran que cuentan con este aspecto en su perfil de egreso, actitud que es positiva para la inserción laboral en el sector turístico. (Gráfica 6. Página 55).
- En cualquier empleo los empleados se enfrentarán a diferentes problemas, en el caso de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe consideran

que cuentan con la habilidad de resolución de problemas. Este resultado resulta positivo e interesante, porque es posible considerar que los graduados están aptos para enfrentarse a los desafíos del mundo laboral. (Gráfica 7. Página 55).

- El sistema turístico abarca diferentes sectores, la respuesta obtenida por los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe ha determinado que cuentan con amplio conocimiento del sistema turístico, lo que permitirá fortalecer el sector con profesionales de alto perfil de egreso. (Tabla 7. Páginas 56).

- Con la evolución de la tecnología en el sector turístico, ha sido más fácil satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecerles un servicio de calidad. Los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe cuentan con habilidades tecnológicas apropiadas para desempeñarse en el sector. (Gráfica 8. Página 56).

- Manejar un segundo idioma es factor clave en el ámbito turístico, este aspecto es tomado de buena manera por los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, lo que permite que puedan comunicarse en otro idioma con los clientes. (Tabla 8. Página 57).

- El cliente es el actor principal en el sector turístico, tener un conocimiento en atención al cliente es imprescindible, por lo tanto, los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe han considerado contar con este aspecto en su perfil de egreso. De tal manera, los graduados pueden brindar un buen servicio a los clientes gracias a los conocimientos adquiridos. (Gráfica 9. Página 57).

- Las prácticas en el sector turístico permiten que los estudiantes adquieran habilidades y destrezas en el sector. Los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, consideran muy positivo las prácticas en el sector turístico como aspecto importante en su perfil de egreso. (Tabla 9. Página 58).

- Otro aspecto importante en el perfil de egreso de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe es el perfil profesional, en donde consideran tener

uno adecuado conforme a las exigencias del sector turístico. Por lo tanto, se cuenta con profesionales capacitados para el ámbito laboral. (Gráfica 10. Página 58).

- Los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, consideran que son capaces de ser innovadores. Desde esta perspectiva, este aspecto en los graduados permite que en el sector se encuentren profesionales capacitados para innovar y aportar nuevas ideas al sector turístico. (Tabla 10. Página 59).

- La ética profesional es indispensable en el ámbito laboral. Los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe consideran importante este aspecto en su perfil de egreso, lo cual permite que sean profesionales éticos y aptos para desempeñarse adecuadamente en su puesto laboral. (Gráfica 11. Página 59).

- En el sector turístico es necesario relacionarse tanto con los clientes como con los compañeros de trabajo, por lo que las relaciones sociales son indispensables. A raíz de esto, se obtuvo una respuesta positiva de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe que consideran este aspecto relevante a su perfil de egreso. (Tabla 11. Página 60).

- La responsabilidad es un valor que siempre se debe tener presente para desempeñar un trabajo exitoso. En los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, este valor sobresale entre los aspectos de su perfil de egreso; lo que permite tener profesionales aptos para su inserción laboral. (Tabla 12. Página 60).

- El dominio del idioma inglés es necesario en el sector turístico para brindar una atención adecuada a los turistas. Los graduados de Gestión Turística Bilingüe poseen esta característica, como parte de sus habilidades para la inserción laboral en el ámbito turístico. (Gráfica 12. Página 61).

- Las prácticas universitarias que se toman en cuenta en el plan de estudio, permiten que los estudiantes adquieran destrezas y pongan en práctica lo que aprenden de manera teórica. Los graduados de Gestión Turística Bilingüe han

considerado en una medida regular que esta característica ha influido para su inserción laboral. (Tabla 13. Página 62).

- La experiencia previa es una característica importante para la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, esta característica es tomada en cuenta para poder lograr una inserción laboral exitosa. (Gráfica 13. Página 62).

- Para poder llevar de manera exitosa el desempeño laboral es importante el uso de la comunicación oral y escrita, esta característica es tomada en cuenta por los graduados de Gestión Turística Bilingüe al momento que requieren participar en un puesto laboral. (Tabla 14. Página 63).

- La capacidad creativa es una característica importante en el sector turístico. Los graduados de Gestión Turística Bilingüe consideran tener esta característica, lo cual es positivo ya que, indica que se cuenta con profesionales capaces de proponer nuevas ideas en el sector turístico. (Gráfica 14. Página 64).

- Los graduados de Gestión Turística Bilingüe consideran de manera significativa que cuentan con espíritu innovador, lo que conlleva a profesionales aptos para desempeñarse en el ámbito laboral. (Tabla 15. Página 64).

- Los profesionales extrovertidos son capaces de lograr la fidelización con los clientes de manera exitosa, los graduados de Gestión Turística Bilingüe consideran de manera positiva que cuentan con esta característica para su inserción laboral. (Gráfica 15. Página 65).

- Los graduados de Gestión Turística Bilingüe han tomado de manera positiva la característica de relaciones interpersonales para su inserción laboral, por lo cual, es posible determinar que se cuentan con profesionales capaces de relacionarse de manera adecuada con los demás. (Tabla 16. Página 65).

- Ser responsable es una característica que los profesionales deben tener presente siempre. Para los graduados de Gestión Turística Bilingüe han logrado esta característica, lo cual indica que los profesionales graduados de UDELAS poseen esta característica apta para la inserción laboral. (Gráfica 16. Página 66).
- Ser un líder no es un trabajo fácil, en turismo esto debe ser necesario ya que se trata con diferentes clientes y hay que saber lidiar con ellos. La habilidad de liderazgo para los graduados de Gestión Turística Bilingüe es tomada de manera positiva, lo que indica que cuentan con esta característica para su inserción laboral. (Tabla 17. Página 66).
- El cliente es la razón de ser en turismo, sin ellos la actividad no se podría llevar a cabo. Los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe consideran importante enfocarse a los clientes, considerando que son profesionales capacitados con características apropiadas para brindar un buen servicio. (Gráfica 17. Página 67).
- Para lograr los resultados obtenidos, se utilizó como instrumento un cuestionario en donde se obtuvieron respuestas favorables, contribuyendo con la recolección adecuada de información para alcanzar los objetivos propuestos.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

En el progreso de esta investigación, se presentaron algunas limitaciones que interfirieron en baja proporción, las cuales son:

- Debido a la pandemia de COVID-19 se redujo la posibilidad de realizar una investigación más profunda, en cuanto al perfil de egreso y la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe.
- Pocos grupos graduados de la licenciatura en Gestión Turística Bilingüe en la sede UDELAS-Chiriquí.

Por otra parte, es posible mencionar algunas recomendaciones:

- Revisar de manera periódica el plan de estudio de la carrera.
- En las prácticas universitarias, verificar y calificar el desempeño de manera adecuada.

INFOGRAFÍA

Agüero Hernández, R., González Atencio, M. P., & Medrano Vega, Y. (2015).

Estudio cuantitativo sobre la situación laboral de los egresados de la carrera de Bachillerato en Gestión Empresarial del Turismo Sostenible de la Universidad Nacional, Sede Región Brunca, Campus Pérez Zeledón (2009-2013).

Aguilera, C. A., & Zapata, N. M. (2014). **Competencias Requeridas en el Ámbito Laboral del Turismo.** REVISTA CIENTÍFICA POLITÉCNICA, 153.

Alamo L., K. (2019). **Perfil profesional del egresado y su relación con la empleabilidad de los estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Administración en Turismo de la Universidad Nacional de San Martín-Tarapoto, 2018.**

Almansa Martínez, P. (2012). **Qué es el pensamiento creativo.** Index de Enfermería, 21(3), 165-168.

Alvarado-Redondo, F., Castro-Zúñiga, K., Espinoza-Vargas, C., Solano-Porras, I., & Zúñiga-Batista, Y. (2017). **Perfil profesional para el sector turismo del distrito central de la provincia de Limón, Costa Rica.**

Anchondo, E. L., & Narváez, A. E. (2014). **El inglés como factor detonador en la operación turística.** *del conocimiento*, 169.

Anzules, J. O. T., Marcillo, M. S. L., & Menéndez, M. A. (2017). **Diagnóstico del dominio del inglés en el mercado laboral turístico de Puerto López.** Revista Científica Sinapsis, 1(10).

- Artola Rodríguez, B., Antonio, D., Cáceres Vallejos, B., Carlos, G., Espinoza Mejía, B., y Ramón, J. (2019). **Perfil laboral de los egresados de la carrera de Gestión de Empresas Turísticas de la modalidad regular.** Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Bañuls, A. L., Rodríguez, A. B. R., & Jiménez, M. S. (2012). **Un marco de análisis del capital humano en turismo.** *Papers de turisme*, (39), 44-59.
- Basurto V., E. M., & Vidal M., R. J. (2019). **Diagnóstico de la inserción laboral del profesional de turismo graduado en las universidades estatales de Manabí (Master's thesis, Calceta: ESPAM MFL).**
- Behar, D. (2008). **Metodología de la Investigación.** Edición A. Rubeira Editorial Shalom.
- Benítez, G. (2014). **La inserción laboral de los graduados en turismo de la Universidad Nacional del Sur en el mercado laboral de agencias de viajes en Bahía Blanca.**
- Botia, M. L. S., & Orozco, L. H. P. (2012). **Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas.** Sus características en el sector turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(3), 646-662.
- Brondani, N. A., Lansse, E. A., & Dieckow, L. M. (2014). **El mercado laboral de profesionales en turismo en Misiones.** Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET), 12(1), 12-24.
- Canalis, X. (2014). **Empleo turístico en España: ¿cantidad o calidad?** Hosteltur. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/183680_empleo-turistico-espana-cantidad-calidad.html

- Carbajulca Milla, M. J. (2019). **Perfil de competencias y empleabilidad del egresado en Turismo de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz 2014-2018.**
- Carrasco Fernández, S. (2019). **Atención al cliente en el proceso comercial.** Ediciones Paraninfo, SA.
- Carrera Burneo, N. P. (2015). **Análisis de la oferta y la demanda de las carreras universitarias de Turismo y Hotelería.** Fortalezas y debilidades. Caso de estudio Ecuador.
- Chacón-Guerrero, É., Eslava-Zapata, R., Chacón-Lobo, G., González-Júnior, H. A., & del Valle Buitrago-Rodríguez, M. (2017). **Cooperación académica entre el sector productivo y las universidades: Una evaluación basada en las prácticas estudiantiles.** *Revista Perspectivas*, 2(2), 17-31.
- Cedeño Vargas, E. (2019). **Los retos de la globalización turística bilingüe en la educación superior, (siglo XXI) en el Centro Regional Universitario de Los Santos.** Universidad de Panamá.
- Cerezo M., A., & Guevara P., A. (2015). **Necesidades formativas tecnológicas en turismo. Estudio de caso de Andalucía.** *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(4), 913-929.
- Contreras López, M. J., Juárez Sánchez, J. P., & Ramírez Valverde, B. (2018). **Evaluación de las competencias en el plan de estudios de tres licenciaturas en turismo en Puebla, México: Percepciones de los estudiantes.** *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 9(17), 665-687.
- Cornejo M., & Tapia, M. L. (2011). **Redes sociales y relaciones interpersonales en internet.** *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229.

- Costa, N. C., & Vidal-Casellas, D. (2013). **La experiencia laboral durante los estudios universitarios: el rol las prácticas en los estudios de turismo.** RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, 3(2), 3-16.
- Cruz Villegas, W. V. (2016). **Prácticas pre-profesionales para el fortalecimiento del perfil de estudiante de turismo y hotelería** (Master's thesis, Universidad De Guayaquil: Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación).
- Cueva, A. N., Van Hoof, H., Fernández, L. M., & López, D. M. (2014). **Percepciones de los Estudiantes sobre las Prácticas como Parte del Programa de Estudios de Hospitalidad: Un estudio cualitativo.** El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad, (26), 126-129.
- Dachary, A. C., & Arnaiz, F. C. (2016). **Educación universitaria y turismo.** Revista Latino-Americana de Turismología, 2(2), 8-17.
- Damián, I. E., & Suárez-Barraza, M. F. (2015). **Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura.** Intangible Capital, 11(1), 147-165.
- De Araújo, D. F. (2011). **Formación profesional en turismo e inserción en el mercado laboral: un estudio de caso del polo turístico Salvador/Bahía, Brasil, y su entorno.** Estudios y perspectivas en turismo, 20(1), 57-74.
- de Dios Alija, T. (2013). **Ser socialmente responsable.** Decisión y compromiso.
- De León, I. S., Arteta-Peña, Y., & Noda-Hernandez, M. (2016). **Gestión de lealtad del cliente de turismo de negocios en pymes hoteleras.** Ingeniería Industrial, 37(3), 244-252.

- Domínguez Yauri, L. C., & Flores Salazar, J. P. (2018). **El turismo y su incidencia en la generación de empleos en la ciudad de Huaraz, 2016.**
- Ferro, E. F., Ruiz, N. E., Jara, P., Cid, F. M., Duarte, S. A. G., Begazo, S. C., ... & Magallanes, V. D. (2020). **Análisis del perfil de egreso de la carrera de pedagogía en educación física de Chile: un estudio cuantitativo.** Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, (39), 105.
- Figuerola, E., Pérez, F., Godínez, L., & Pérez, R. (2014). **Importancia del turismo en el crecimiento económico de México, 1980-2013.** Tópicos selectos de riesgo, 1, 39-52.
- Fresneda Rocamora, M. I. (2018). **Empleabilidad en el sector turístico: El caso de los egresados en Turismo de la Universidad de Sevilla** [Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/85241>
- Gámez Montalvo, M. J., & Torres Martín, C. (2013). **Las técnicas de grupo como estrategia metodológica en la adquisición de la competencia de trabajo en equipo de los alumnos universitarios.**
- García Isa, I., Fernández Gómez, M., & Moreno Jorge, M. (2013). **El perfil ocupacional de los titulados en turismo dentro del sector turístico.**
- García, J. A. S., & Pulido, J. I. F. (2015). **Creacity, una propuesta de índice para medir la creatividad turística. Aplicación en tres destinos urbano-culturales españoles.** Revista de Estudios Regionales, (103), 69-108.
- Gaytán, L. A., & Gaytán, R. P. A. (2019). **Las especialidades de los egresados de la licenciatura en turismo y su inserción al campo laboral.** Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 13, 1256-1269.

Godoy, J. N. (2011). **El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio.** Observatorio laboral revista venezolana, 4(8), 23-35.

Gómez, M. (2018). **El empleo en el turismo llega a nivel de la construcción en el 'boom'.** El País. Recuperado de: https://elpais.com/economia/2018/08/17/actualidad/1534525294_604254.html

Granados, M. A. (2013). **El desarrollo de competencias laborales y la formación de los profesionales en turismo en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, año 2013.** Gestión en el tercer milenio, 16(32), 47-56.

Guzmán, J. A. A. (2015). **La innovación empresarial y la cultura organizacional.**

Hernández, C. C., García, Y. I. L., & Luna, J. M. (2019). **Evaluación del logro del perfil de egreso.** Un estudio de caso. RECIE. Revista Electrónica Científica de Investigación Educativa, 4(2), 1019-1028.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (1996). **Metodología de la Investigación.** Mac Graw Hill, México.

Herrera, E. G. (2018). **Comparación entre el perfil del profesional de turismo y el perfil laboral que demandan las agencias de viajes de Lima.**

Huamán Huayta, L. A., Pucuhuaranga Espinoza, T. N., & Hilario Flores, N. E. (2020). **Evaluación del logro del perfil de egreso en grados universitarios: tendencias y desafíos.** RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 11(21).

Huizar, S. M. D. L. Á., Villanueva, S. R., & Rosales, C. G. (2016). **Turismo y empleo de calidad ¿Una relación posible?**

INEC (s.f). **Avance de la Cuenta Satélite del Turismo en la República de Panamá.** Recuperado de: https://www.inec.gob.pa/publicaciones/Default3.aspx?ID_PUBLICACION=796&ID_CATEGORIA=4&ID_SUBCATEGORIA=26

Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. (2014). **Vocación de servicio (N.º 7).** <https://www.igssgt.org/wpcontent/uploads/images/sita/igsspector/septiembre2014.pdf>

Leite, E., Correia, E. B., & Sánchez-Fernández, M. D., (2015). **El espíritu emprendedor: condicionantes para la innovación.** *Holos*, 5, 278-291.

López Martínez, E. (2013). **La importancia del liderazgo en las organizaciones.**

López Zavala, R. (2013). **Ética profesional en la formación universitaria.** *Perfiles educativos*, 35(142), 15-24.

Mamani, O. I. M. (2019). **Competencias laborales e inserción laboral de los egresados de la Universidad Nacional de Moquegua 2012 al 2015.** *SINCRETISMO*, 1(1), 35-42.

Marrero Rodríguez, J. R., Rodríguez González, P., & Ramos-Henríquez, J. M. (2016). **La flexibilidad laboral en el sector turístico: Un análisis a partir de las ofertas de empleo.** *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2), 143-163.

Martínez, M. J. A. (2019). **Implicaciones de una formación turística y sus consecuencias en escenarios competitivos.** *Revista FAECO Sapiens*, 2(1), 13-37. https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens

- Martínez, O. C., Andrade, J. G. R., & Quiñones, R. V. (2011). **Reflexiones en torno a la licenciatura en turismo.** Caso de estudio: Seguimiento a egresados de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia, UABC. *Omnia*, 17(1), 125-138.
- Martínez, R. A. (2017). **Las relaciones interpersonales en la empresa.** *Realidad empresarial*, (3), 37-38.
- Melián G., S., & Bulchand G., J. (2015). **Competencias requeridas por el nuevo trabajo en turismo.** *Investigaciones Turísticas*.
- Morales, F. (2012). **Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.**, 11.
- Moreno, J. E., & Marcaccio, A. (2014). **Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo.** *Ciencias Psicológicas*, 8(2), 129-138.
- Moreno, N. R. R., & Morales, B. D. (2018). **RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DE EGRESO DE ESTUDIANTES DE TURISMO Y LAS NECESIDADES DE LA INDUSTRIA.** *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 4(1), 1686-1690.
- Moya, N. J. (2016). **La ética del profesional en turismo.** *Servicio hotelero innovador y sostenible. Études caribéennes*, (33-34).
- Nieves, J. (2014). **Relaciones sociales, capacidades dinámicas e innovación: un análisis empírico en la industria hotelera.** *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 23(4), 166-174.
- Ocampo Franco, C. (2021). **Impacto del inglés como segundo idioma de los guías turísticos del Oriente Antioqueño en la competitividad turística.**

OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO.
(2019). **Ética Profesional** (N.º 14).
https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/MODULE_14_-_Professional_Ethics_-_Spanish_v.pdf

Organización Internacional del Trabajo (2021). **Serie Panorama Laboral en América Latina y el Caribe 2021**. Recuperado de:
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_809290.pdf

OMT Organización Mundial del Turismo (2015). **¿Por qué el Turismo?**
Recuperado de www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo

Ortiz, C. L. P., Ibarra, C. Z., Palomera, A. C., & Ojeda, A. T. O. (2012). **El grado de competencias del egresado de la licenciatura en turismo versus las capacidades genéricas exigidas por el mercado laboral**. ISSN 1931-0285 CD ISSN 1941-9589 ONLINE, 894.

Paradinas, M., M. D. C. (2020). **La gestión del conflicto en el ámbito laboral de las organizaciones turísticas: una herramienta de marketing interno**. Holos, 1, 1-12.

Passos, S. E. S. & Arias, A., F. J. (2016). **El capital humano como factor de competitividad en la industria hotelera y turística en Cartagena**. Panorama Económico, 24(1), 269-282.

Pérez, Y., & Romero Fernández, A. (2017). **DIAGNÓSTICO DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS DE LA CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO EN LA PROVINCIA TUNGURAHUA**.

- Rivas García, R. M., Cardoso Espinosa, E. O., & Cortés Ruiz, J. A. (2019). **Propuesta de las competencias profesionales en turismo desde el enfoque del empleador.** RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 9(18), 195-214.
- Román Fuentes, J. C., Franco Gurría, R. T., y Camacho Solís, J. I. (2018). **Inserción Laboral de Estudiantes de Gestión Turística de la Universidad Autónoma de Chiapas** (Labor Insertion of Tourism Management Students from Chiapas University). <https://papers.ssrn.com/abstract=3071200>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). **Diseño de investigación de corte transversal.** Rev Médica Sanitas, 21(3), 141-6.
- Sacco, Francesca (2009). **Responsabilidad, responsabilidad social y Responsabilidad social universitaria, Perspectivas de tres conceptos.** Visión Gerencial, (2),383-397. [fecha de Consulta 21 de Octubre de 2021]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545881015>
- Salvador, J. (2012). **Comprendiendo los tipos de personalidad.** Recuperado de: <http://www.ccn.com.ar/wp-content/themes/ccn/pdf/Reporte-Modelo-JTI.pdf>
- Sánchez-Reyes, J. B., & Barraza-Barraza, L. (2015). **Percepciones sobre liderazgo.** Ra Ximhai, 11(4), 161-170.
- Soriano, K. A., Arcos, L. A., & Canul, M. D. J. M. (2018). **Currículum y competencias genéricas de Tuning en estudiantes de turismo de la Universidad de Quintana Roo.**
- TAFUR, G. (2018). **Desarrollo tecnológico del sector turístico en la ciudad de Guayaquil.** Revista Espacios, 39(44).

- Tejada Franco, S. V. (2018). **Requerimientos empresariales de valoración formativas determinantes para la inserción laboral de los egresados de la escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.** 2018.
- Tenorio Eusebio, A. (2020). **El idioma inglés en el contexto de la actividad turística** (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera Turismo).
- Tirado Valle, J. C. (2014). **La inserción laboral del licenciado en turismo en la provincia de Trujillo: egresado de la universidad nacional de Trujillo.**
- Torrelles Nadal, C., Coiduras Rodríguez, J. L., Isus, S., Carrera, X., París Mañas, G., & Cela, J. M. (2011). **Competencia de trabajo en equipo: definición y categorización.** Profesorado: revista de currículum y formación del profesorado, 2011, vol. 15, núm. 3, p. 329-344.
- Tracy, B. (2015). **Liderazgo (Vol. 1).** Grupo Nelson.
- Varisco, C., & Benseny, G. (2013). **Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios.**
- Vega Ochoa, C. E. (2015). **Definición de un perfil psicológico ideal para el personal que labore en la Empresa Serviandina SA de acuerdo a la certificación BASC (Bachelor's thesis).**
- Wallingre, N. (2013). **Avances en la construcción del conocimiento del turismo.**
- World Travel and Tourism Council. (s.f.). **Impacto económico | Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).** Retrieved November 6, 2020, from <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Zabalza, M. Á. (2013). **El practicum y las prácticas en empresas: en la formación universitaria (Vol. 38)**. Narcea Ediciones.

Zamudio, M. T. (2015). **Referentes de formación en educación superior**. Área de conocimiento: Turismo. Sophia, 11(2), 185-205.

Zegarra Chávez, A. J. (2013). **Influencia de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente del Operador Turístico Muchik Tours SAC en el distrito de Trujillo en el periodo 2012-2013**.

ANEXOS

ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESPECIALIZADA DE LAS AMÉRICAS
Decanato de Postgrado
Maestría en Docencia Superior

***Perfil de egreso asociada a la inserción laboral, graduados Udelistas de
Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí***

Objetivos: Identificar qué aspectos se deben tomar en cuenta para que los graduados logren el perfil de egreso de Gestión Turística Bilingüe y reconocer que características han influido en la inserción laboral de los graduados Udelistas de Gestión Turística Bilingüe, Chiriquí.

Nota: los datos recolectados serán utilizados para fines académicos.

Indicaciones: Por favor marque con una cruz (x) la información solicitada en la pregunta. Las respuestas corresponden a:

- 5** – En gran medida **4** – En buena medida **3** – En regular medida
2 – En poca medida **1** – En ninguna medida

<i>Preguntas</i>	5	4	3	2	1
1. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene las competencias necesarias para desempeñarse en el sector turístico?					
2. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, ha logrado el trabajo en equipo?					
3. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, cuenta con vocación de servicio para brindar una buena atención?					
4. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene usted la habilidad de resolución de problemas?					
5. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene usted conocimiento del sistema turístico?					
6. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene habilidades tecnológicas?					
7. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene manejo de un segundo idioma?					
8. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene conocimiento en atención al cliente?					

	5	4	3	2	1
9. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, realizó prácticas en el sector turístico?					
10. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, cuenta con perfil profesional apropiado?					
11. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, es innovador?					
12. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, posee ética profesional?					
13. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, posee relaciones sociales?					
14. ¿Dentro de los aspectos de su perfil de egreso, tiene usted el valor de responsabilidad?					
15. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido el dominio del idioma inglés?					
16. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido sus prácticas universitarias?					
17. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido su experiencia previa en el sector?					
18. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido su habilidad de comunicación oral y escrita?					
19. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido su capacidad creativa?					
20. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido su espíritu innovador?					
21. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido ser extrovertido?					
22. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido las relaciones interpersonales?					
23. ¿Dentro de las características para su inserción laboral ha influido ser responsable?					
24. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido su habilidad de liderazgo?					
25. ¿Dentro de las características para su inserción laboral, ha influido el enfoque al cliente?					

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Descripción	Página
Cuadro 1	Lugares donde laboran los egresados de turismo.....	20
Cuadro 2	Ejemplo de competencias para los egresados en turismo, relacionadas a el sector de alojamientos.....	29
Cuadro 3	Competencias mejor valoradas en el sector turismo.....	35

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica	Descripción	Página
Gráfica 1	Empleo turístico en España, desde 2008 hasta 2014...	18
Gráfica 2	Empleos en turismo, España.....	19
Gráfica 3	Percepción de la inserción laboral en estudiantes de turismo.....	20
Gráfica 4	Empleos generados por el sector turístico en Centroamérica, desde 2000-2018.....	21
Gráfica 5	Considera que las competencias son necesarias para desempeñarse en el sector turístico.....	54
Gráfica 6	Cuenta con vocación de servicio para brindar una buena atención	55
Gráfica 7	Habilidad de resolución de problemas.....	55
Gráfica 8	Habilidades tecnológicas.....	56
Gráfica 9	Conocimiento en atención al cliente.....	57
Gráfica 10	Posee el perfil profesional adecuado a su perfil de egreso.....	58
Gráfica 11	Considera necesaria la ética profesional para trabajar..	59
Gráfica 12	Dominio del idioma inglés como influencia para la inserción laboral.....	61
Gráfica 13	Experiencia previa para laborar en el sector turístico...	62
Gráfica 14	Influencia de la capacidad creativa para la inserción laboral.....	64
Gráfica 15	Considera necesario ser extrovertido en el ámbito turístico.....	65
Gráfica 16	Es necesario en el sector turístico ser responsable.....	66
Gráfica 17	Enfoque al cliente para la inserción laboral.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Descripción	Página
Tabla 1	Programa Cuenta Satélite del turismo en la República de Panamá.....	22
Tabla 2	Análisis de confiabilidad del instrumento.....	49
Tabla 3	Análisis de validez del instrumento.....	49
Tabla 4	Tabla de contingencia.....	52
Tabla 5	Chi cuadrado de Pearson.....	53
Tabla 6	Considera que ha logrado el trabajo en equipo.....	54
Tabla 7	Conocimiento del sistema turístico.....	56
Tabla 8	Maneja un segundo idioma.....	57
Tabla 9	Realizó prácticas en el sector turístico.....	58
Tabla 10	Se considera capaz de ser innovador.....	59
Tabla 11	Posee relaciones sociales conforme a su perfil de egreso.....	60
Tabla 12	Valor de la responsabilidad.....	60
Tabla 13	Influencia de las prácticas universitarias para la inserción laboral.....	62
Tabla 14	Habilidad de comunicación oral y escrita para la inserción laboral.....	63
Tabla 15	Influencia del espíritu innovador para la inserción laboral	64
Tabla 16	Son necesarias las relaciones interpersonales en el sector turístico.....	65
Tabla 17	Es capaz de ejercer la habilidad de liderazgo.....	66