

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**“GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL EN
AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE LOS EGRESADOS DE LA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO”**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. YESICA MARIBEL, PORCELA QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

“GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL EN
AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO DE LOS EGRESADOS DE LA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO”

PRESENTADA POR:

Bach. YESICA MARIBEL PORCELA QUISPE

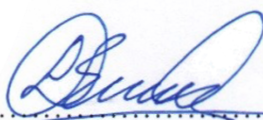
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

APROBADO POR EL JURADO REVISOR CONFORMADA POR:




PRESIDENTE

: 


Dra. LUZ EGIDIA ARCAYA CHAMBILLA

PRIMER MIEMBRO

: 

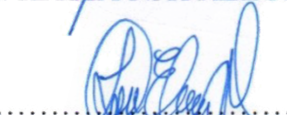
Lic. ESMÉLIDA RIVERA CARPIO

SEGUNDO MIEMBRO

: 

D. Sc. KATIA NATALIA BARRIENTOS PAREDES

DIRECTOR / ASESOR

: 

D. Sc. NOEMÍ EMPERATRIZ CAYO VELÁSQUEZ

Área : Ciencias Sociales

Tema: Desempeño laboral en agencias de viajes y turismo de los egresados

Fecha de sustentación: 14 de junio del 2018

DEDICATORIA

A ti mi Dios que me diste la oportunidad de vivir y por haberme permitido llegar hasta este punto, proporcionándome salud para lograr mis objetivos.

A mis padres Rosa e Isaac por su apoyo incondicional por todo este tiempo, mil gracias por ser un ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación.

A mi hermano Víctor, por su apoyo, orientación y compartir los mejores momentos.

A todos mis familiares que me levantaron la moral para concluir este trabajo de investigación.

Yesica Maribel

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, Escuela Profesional de Turismo. Por ser nuestra alma mater en formarnos como profesionales en Turismo y por habernos cobijarnos en sus aulas estos cinco años de formación.

A los docentes de la Escuela Profesional de Turismo por ser parte de este proceso integral de formación profesional, por su paciencia y comprensión en las aulas, mi cariño, respeto y admiración para cada uno de ellos.

A los señores Agentes de Viajes y Turismo que nos brindaron su tiempo para ser encuestados y por su opinión para el desarrollo de este trabajo.

A mis amigas, Ana, Milagros, Mirian, Susana y Madeleine, gracias a su apoyo, hicieron de esta experiencia una de las más especiales e inolvidables.

Yesica Maribel

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTOS	4
ÍNDICE GENERAL	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
INDICE DE ACRÓNIMOS	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I	14
INTRODUCCIÓN	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1. Formulación del problema general.....	15
1.1.2. Formulación de los problemas específicos.....	15
1.2 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.2.1. Hipótesis general.....	16
1.2.2. Hipótesis específica.....	16
1.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
CAPÍTULO II.....	18
REVISIÓN DE LITERATURA	18
2.1 ANTECEDENTES	18
2.1.1. A nivel internacional	18
2.1.2. A nivel nacional	19
2.1.3. A nivel local	20
2.2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	21
2.2.1. Gestión de talento humano.....	21
2.2.2. Desempeño laboral.....	24
CAPÍTULO III.....	29
MATERIALES Y MÉTODOS.....	29
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	29

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN	29
3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	29
3.4 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	29
3.4.1. Definición de variables	29
3.4.2. Operacionalización de las variables	30
CAPITULO IV	31
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	56
ANEXOS	58
ANEXO A - 1 . ENCUESTA	59
ANEXO B - 2: DESEMPEÑO LABORAL	61
ANEXO C - 3: GLOSARIO DE TÉRMINOS	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Genero	31
Figura 2: Cargo Actual del Egresado.....	32
Figura 3: El egresado tiene la capacidad de dirigir y gestionar una Agencia de Viajes y Turismo	33
Figura 4: El egresado conoce la estructura política – administrativa de una Agencia de Viajes y Turismo	34
Figura 5: El egresado tiene la capacidad de convertir un problema empírico en un tema de oportunidad.....	35
Figura 6: El egresado demuestra clara orientación de servicio al cliente y se relaciona de manera eficiente con los mismos	36
Figura 7: El egresado aplica estrategias que permitan gestionar el desarrollo de la empresa:	37
Figura 8: El egresado maneja diferentes técnicas comunicacionales que le permite establecer buenas interrelaciones con el cliente:.....	38
Figura 9: El egresado domina el inglés, tanto en forma oral y escrita.....	39
Figura 10: El egresado domina otros idiomas extranjeros (francés, portugués, italiano, alemán, entre otros) a nivel avanzado, tanto en forma oral y escrita:	40
Figura 11: El egresado conoce y gestiona destinos turísticos, formulando circuitos, programas e itinerarios turísticos:	41
Figura 12: El egresado conoce el procedimiento operativo del ámbito de una Agencia de Viajes y Turismo:	42
Figura 13: El egresado utiliza las tecnologías de información y comunicación en la empresa.....	43

Figura 14: El egresado está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto:.....	44
Figura 15: El egresado de la UNA Puno, en su desempeño laboral durante todo este tiempo ha sido:	45
Figura 16: El egresado respecto a las tareas asignadas en las áreas las cumple de manera:	46
Figura 17: El egresado demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa.....	47
Figura 18: El egresado aporta con ideas creativas que benefician a la empresa	48
Figura 19: El egresado demuestra una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional.....	49
Figura 20: El egresado cumple las políticas internas de la empresa y se desenvuelve adecuadamente	50
Figura 21: El egresado tiene autocontrol en situaciones complicadas.....	51
Figura 22: El egresado demuestra creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades.....	52
Figura 23: El egresado frente a una situación inesperada controla el estrés generado .	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Género:	64
Tabla 2: Cargo Actual del Egresado	64
Tabla 3: El egresado tiene la capacidad de dirigir y gestionar una Agencia de Viajes y Turismo.....	65
Tabla 4: El egresado conoce la estructura política – administrativa de una Agencia de Viajes y Turismo	65
Tabla 5: El egresado tiene la capacidad de convertir un problema empírico en un tema de oportunidad	66
Tabla 6: El egresado demuestra clara orientación de servicio al cliente y se relaciona de manera eficiente con los mismos.....	66
Tabla 7: El egresado aplica estrategias que permitan gestionar el desarrollo de la empresa:.....	67
Tabla 8: El egresado maneja diferentes técnicas comunicacionales que le permite establecer buenas interrelaciones con el cliente:	67
Tabla 9: El egresado domina el inglés, tanto en forma oral y escrita.....	68
Tabla 10: El egresado domina otros idiomas extranjeros (francés, portugués, italiano, alemán, entre otros) a nivel avanzado, tanto en forma oral y escrita:	68
Tabla 11: El egresado conoce y gestiona destinos turísticos, formulando circuitos, programas e itinerarios turísticos:.....	69
Tabla 12: El egresado conoce el procedimiento operativo del ámbito de una Agencia de Viajes y Turismo:	69
Tabla 13: El egresado utiliza las tecnologías de información y comunicación en la empresa.....	70

Tabla 14: El egresado está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto:	70
Tabla 15: El egresado de la UNA Puno, en su desempeño laboral durante todo este tiempo ha sido:.....	71
Tabla 16: El egresado respecto a las tareas asignadas en las áreas las cumple de manera:	71
Tabla 17: El egresado demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa	72
Tabla 18: El egresado aporta con ideas creativas que benefician a la empresa.....	72
Tabla 19: El egresado demuestra una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional	73
Tabla 20: El egresado cumple las políticas internas de la empresa y se desenvuelve adecuadamente.....	73
Tabla 21: El egresado tiene autocontrol en situaciones complicadas	74
Tabla 22: El egresado demuestra creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades	74
Tabla 23: El egresado frente a una situación inesperada controla el estrés generado	75

INDICE DE ACRÓNIMOS

- OMT: Organización Mundial del Turismo.
- UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.
- MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- COPESCO: Proyecto Especial Regional Plan.
- PENTUR: Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú.
- DIRCETUR: Dirección Regional De Comercio Exterior Y Turismo.
- REDTURC: Red Regional De Turismo Comunitario Puno.
- MEFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos.
- MEFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos.

RESUMEN

Esta investigación busca conocer el nivel de gestión del talento humano y desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo que laboran en las diferentes Agencias de Viajes y Turismo de la ciudad de Puno. Este trabajo de investigación fundamenta principalmente en las encuestas realizadas a los agentes turísticos que nos permiten conocer su percepción sobre la formación académica profesional de sus colaboradores y el compromiso hacia la empresa expresado en el desarrollo de sus tareas cotidianas en las áreas de Reservas, Counter y Guiado principalmente. El criterio sobre el desarrollo de capacidades específicas y generales que son parte integrante de la gestión de talento humano por parte de los empresarios es buena en mayor porcentaje, seguido por buena y finalmente regular con un bajo porcentaje que debe ser superado y trabajado en los espacios y tiempos establecidos. Las agencias de viajes y turismo son alrededor de cien en la ciudad de Puno según el Directorio Turístico 2016 que publica la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de las cuáles se trabajó con treinta operadores turísticos en las que se desenvuelven en cargos diversos los egresados como trabajadores. Al final se concluye con las características más resaltantes de la gestión de talento humano y las limitantes que se expresan principalmente sobre el manejo de grupos, establecer relaciones humanas, manejo de estrategias para el crecimiento de empresas, conocimiento de idiomas extranjeros.

Palabras clave: Gestión, Talento Humano, Desempeño Laboral, Agencia de viajes y Turismo.

ABSTRACT

This research tries to know the level of management of human talent and job performance of the students of the Professional School of Tourism that works in the different travel and tourism agencies of the city of Puno. This research work based mainly on the survey of tourism agents that allow us to know their perception of the professional academic selection of their collaborators and the commitment with the company expressed in the development of their daily tasks in the areas of Reserves, Counter and Guided mainly. The criterion on the development of specific and general skills that is an integral part of the management of human talent by employers is good in greater percentage, followed by good and finally regular with a low percentage that must be overcome and worked in the spaces open and established times. The travel agencies and tourism are around hundred in the city of Puno according to the Tourism Directory 2016 published by the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism of the companies working with thirty tour operators in which they perform in various positions graduates as Workers In the end it expresses the most outstanding characteristics of human talent management and the limitations that are expressed mainly on the management of groups, human relations, the management of strategies for the growth of companies, knowledge of languages foreign

Keywords: Management, Human Talent, Work Performance, Travel Agency and Tourism

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Los resultados de esta investigación serán de aporte para futuras investigaciones y/o interesadas en conocer la gestión del talento humano y el desempeño laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo.

Por lo que el presente trabajo está dividido en los siguientes componentes.

En CAPITULO I Centramos el planteamiento del problema, los antecedentes y objetivos de la investigación que son los aspectos básicos de formulación del mismo.

En CAPITULO II El marco teórico explica de forma clara la real magnitud en lo referido a la gestión de talento humano de la muestra correspondiente y desempeño laboral; así como conceptualizamos los principales términos turísticos que son parte en la investigación.

En CAPITULO III Plantea el diseño metodológico aplicado en el estudio para determinar el tipo de estudio que es el descriptivo - explicativo, la población y muestra de la investigación, las técnicas e instrumentos que se desarrolla.

En CAPITULO IV Se muestran los principales resultados de la encuesta aplicada a los egresados de nuestra Escuela Profesional; y resultados sustentatorios de la ejecución de la presente investigación como la encuesta, glosario de término y el directorio turístico

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En nuestro país, y en la región Puno la formación profesional de los trabajadores de las Empresas Turísticas como Agencias de Viajes y Turismo se da en las universidades públicas y nacionales; por lo tanto, existe una articulación entre una buena gestión del talento humano de los estudiantes de la carrera profesional de turismo y las necesidades que existe respecto a los socios estratégicos que la empresa privada turística busca en el mercado laboral.

El buen desempeño laboral del futuro profesional del Turismo, está en relación a una formación académica holística generada dentro de las aulas Universitarias y además de la inducción y/o capacitación que realizan las diferentes Empresas Turísticas a sus

colaboradores antes de involucrarlos en tareas a realizar y que tienen que cumplirse de la mejor manera. Los empresarios tienen predisposición de contratar personal calificado con estudios superiores en la Universidad Nacional del Altiplano: Escuela Profesional de Turismo, sin dejar de lado que la percepción demostrada sobre el talento humano es clara y permite mejorar las condiciones académicas.

Debido a los altos niveles de desempleo, la escasez y la baja calidad de los empleos existentes en un país como Perú, las personas han creado la necesidad urgente de mejorar su talento humano para así poder lograr independencia y estabilidad económica y de paso mejorar su calidad de vida. Las personas se han dado cuenta que la gestión del talento humano es uno de los mejores caminos para crecer como persona y profesional, en sentido más amplio, el nivel de competitividad en el país obliga a mejorar las capacidades y competencias.

La gestión del talento humano se está dando mucho en las Agencias de Viajes, para ello los gerentes de las Agencias evalúan la formación profesional basada en capacidades y/o competencias y en las implementaciones de planes de mejora de las capacidades.

1.1.1. Formulación del problema general

¿Cuál es el nivel de gestión del talento humano y desempeño laboral dentro de las Agencias de Viajes y Turismo por parte de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo?

1.1.2. Formulación de los problemas específicos

- ¿Qué percepción manifiestan los agentes turísticos sobre la gestión de talento humano y desempeño laboral de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo?
- ¿Cuál es el talento humano alcanzado por los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo?
- ¿Qué características del talento humano permiten y/o limitan el buen desempeño laboral de los Egresados de Turismo?

1.2 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La adecuada gestión de talento humano permite un alto nivel de desempeño laboral dentro de las Agencias de Viajes y Turismo por parte de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo.

1.2.1. Hipótesis general

Los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo demuestran eficiencia en la gestión del talento humano

1.2.2. Hipótesis específica

- a. La percepción que tienen los agentes turísticos sobre los egresados de la Escuela Profesional de Turismo es positiva.
- b. El talento humano de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo en el desempeño laboral es aprobatorio.
- c. La principal característica que tienen los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo es la eficiencia.

1.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

Debido a los altos niveles de desempleo, la escasez y la baja calidad de los empleos existentes en un país como Perú, las personas han creado la necesidad urgente de mejorar su talento humano para así poder lograr independencia y estabilidad económica y de paso mejorar su calidad de vida. Las personas se han dado cuenta que la gestión del talento humano es uno de los mejores caminos para crecer como persona y profesional, en sentido más amplio, el nivel de competitividad en el país obliga a mejorar las capacidades y competencias.

La carrera Profesional de Turismo, ha incluido como tema esencial en la formación adecuada de los futuros egresados, y la adecuada gestión del talento humano y su repercusión en el adecuado desempeño laboral, brindándoles las herramientas para saber manejar, enfrentar y superar los retos dentro de sus centros de trabajo. La importancia del presente trabajo radica en que se conozca el nivel de gestión del talento humano logrado en los egresados de la Escuela Profesional de turismo, así mismo cuál ha sido el aporte que tuvo la agencia de viajes y turismo para contribuir a mejorar las capacidades y logro de competencias en sus colaboradores directos; por lo que, estos espacios de capacitación permiten que logren mejores condiciones en el centro de labores y adecuado desempeño laboral

1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Evaluar el nivel de gestión de talento humano y desempeño laboral de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Definir la percepción que manifiestan los Agentes Turísticos sobre la gestión del talento humano y desempeño laboral de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo.
- Identificar el talento humano alcanzado por los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo.
- Describir las características de los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo sobre el talento humano en el desempeño laboral.

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Después de una búsqueda exhaustiva se encontraron las siguientes investigaciones realizados A nivel Internacional, Nacional y Local relacionados a la presente investigación como tesis, informes y revistas, artículos, son como sigue:

2.1.1. A nivel internacional

Según (Cruz, 2013). Gestión de los Recursos Humanos por competencias en el desarrollo de sector turístico. El caso de Ambato: amenazas y oportunidades. Ecuador.

Concluye: El capital humano constituye el factor de desarrollo y diferenciación que permite a las empresas del sector turístico ofrecer servicios de calidad y generar herramientas operativas y de gestión, lo cual permite concluir que optimizar este recurso empresarial a través de un sistema de gestión por competencias implicaría un importante impulso para el desarrollo sostenible de las empresas del sector lo que concuerda plenamente con el criterio de los directivos entrevistados.

Según (Ramos, 2015). Cuantificación de la eficacia del Plan Nacional de Capacitación del talento humano del Ministerio de Turismo: caso Tungurahua 2011 – 2012. Ecuador.

Concluye: En la dirección provincial del Ministerio de Turismo carecen de información de las capacitaciones dictadas pues en la recolección no se pudo obtener la información necesaria que respalde el gasto realizado por el gobierno en cuanto a formación del talento humano. Teniendo en cuenta la inexistencia de una administración técnica que se encargue del manejo adecuado de la información, pues la administración de este lugar se la realiza de forma empírica sin perseguir objetivos bien planteados.

Según (Rujano, 2010). Turismo y género: desempeño laboral de la mujer en los organismos turísticos públicos del Estado de Nueva Esparta. Venezuela.

Concluye: En resumen, la mujer que labora en los organismos públicos que conforman la superestructura turística del estado Nueva Esparta presenta el siguiente perfil: mujeres jóvenes con edades comprendidas entre 31 a 40 años, casadas, con hijos

en su mayoría, provenientes del estado Nueva Esparta, con formación universitaria. Los cargos ocupados por ellas se ubican en Dirección y Administración, en el nivel operativo de la organización, tienen un tiempo entre 1 y 5 años ejerciendo labores dentro de la organización, en su mayoría poseen experiencia en las funciones que ejercen, devengan un ingreso mensual de más de un millón de Bolívares (actualmente Bs. F.). El factor principal que produce su inducción es mejorar su calidad de vida, pues por medio del trabajo pueden aportar beneficios a su familia, seguido del salario. Igualmente se concluye que estos organismos cuentan con recurso humano femenino joven, capacitado y con experiencia laboral que desempeña funciones importantes en los cargos que ocupa. La mayoría de estas mujeres se identifican con las funciones que ejercen en su cargo, sin embargo, en algunos casos tienen que cubrir funciones que no corresponden, lo que hace que se sientan saturadas y no realicen su trabajo mejor de lo que ellas esperan.

2.1.2. A nivel nacional

Según (Avalos, 2008). Competencias requeridas en el ámbito laboral del turismo. Perú.

Concluye: Con sustento en los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo realizado, es posible inferir que en el ámbito laboral del turismo, en Ciudad del Este y alrededores, se observa una alta exigencia de competencias genéricas; es decir, destrezas, habilidades, conocimientos y actitudes básicas o fundamentales para el desempeño laboral como: habilidad de trabajar en equipo, habilidad para comunicarse efectivamente de manera oral y escrita en español, manejo adecuado de herramientas informáticas, capacidad para resolver problemas y alto poder de empatía. Estas prevalecen en cuanto a requerimientos del trabajo sobre las capacidades técnicas y conceptuales propias de la profesión.

Según (Carbajal, 2016). Gestión del Talento Humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015. Perú.

Concluye: La capacitación en gestión del talento humano de los operadores turísticos tiene una alta relación estratégica con el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

Una empresa o institución que invierte en conocimientos sobre la gestión turística favorece el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

Un adecuado y permanente desarrollo de habilidades de los operadores turísticos incide en el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco.

Según (Montoya, 2016). Relación entre el clima organizacional y la evaluación del desempeño del personal en una empresa de servicios turísticos: caso PTS Perú 2015. Perú.

Concluye: Se concluye, sobre la base de los hallazgos encontrados, la existencia de relación directa entre el clima organizacional y el desempeño laboral en los colaboradores de la empresa PTS Perú. Este resultado prueba la validez de la hipótesis principal de la investigación y permite fortalecer los hallazgos de los estudios realizados sobre la temática. Así mismo, se puede afirmar que, mientras mejor sea la percepción del clima organizacional, mayor será el desempeño de los colaboradores de la empresa

2.1.3. A nivel local

Según (Ibañez, 2011). La gestión del talento humano Quién basó su teoría en el análisis de tiempos y movimientos en la línea de ensamble. Dividió cada tarea en sus componentes y diseño los más rápidos mejores métodos para llevarlos a cabo.

Es el proceso administrativo aplicado al crecimiento y conservación del esfuerzo humano; las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades y todas las cualidades que posee el ser humano como miembro de la organización, en beneficio de la propia organización y del país en general

Concluye: (Castillo, 2012). “La gestión del talento humano es la optimación del uso de los legítimos talentos de los integrantes de una Empresa lo cual implica que todas las funciones que integran el sistema administrativo deban estar orientada hacia ese propósito”.

2.2 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.2.1. Gestión de talento humano

Según (Lara, 2008) La Gestión por Competencias pasa a transformarse en un canal continuo de comunicación entre los trabajadores y la empresa; es ahora cuando la empresa comienza a involucrar las necesidades y deseos de sus trabajadores con el fin de ayudarlos, respaldarlos y ofrecerle un desarrollo personal capaz de enriquecer la personalidad de cada trabajador. Estrategia empresarial que subraya la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre gestores o directivos y trabajadores. La GTH se refiere a una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, y señala la importancia de una participación activa de todos los trabajadores de la empresa. El objetivo es fomentar una relación de cooperación entre los directivos y los trabajadores para evitar los frecuentes enfrentamientos derivados de una relación jerárquica tradicional. Cuando la GTH funciona correctamente, los empleados se comprometen con los objetivos a largo plazo de la organización, lo que permite que ésta se adapte mejor a los cambios en los mercados.

Nuevos desafíos de la gestión del talento humano

Un campo tan dinámico y competitivo como el del talento humano no se encuentra exento de enfrentarse a una serie de retos o desafíos provenientes del contexto socio-económico donde se desenvuelve. Estos retos, de acuerdo a si se está preparado o no para asumirlos, pueden representar oportunidades o amenazas para el negocio. En tal sentido, un profesional de RRHH debe tener presente esta problemática y ser lo suficientemente flexible como para adaptarse a estos desafíos, y más aún, estar preparado para enfrentarlos exitosamente.

2.2.1.1. Talento humano

Según (Watkins, 1998). La gestión del talento se refiere al proceso que desarrolla e incorpora nuevos integrantes a la fuerza laboral, y que además desarrolla y retiene a un recurso humano existente. La gestión del talento en este contexto, no refiere a la gestión del espectáculo. La Gestión del Talento busca básicamente destacar a aquellas personas con un alto potencial, entendido como talento, dentro de su puesto de trabajo. Además, retener o incluso atraer a aquellas personas con talento será una prioridad. El término fue acuñado por David Watkins de Softscape publicado en un artículo en 1998: El proceso

de atraer y de retener a colaboradores productivos, se ha tornado cada vez más competitivo entre las empresas y tiene además importancia estratégica de la que muchos creen. Se ha llegado a convertir en una "guerra por el talento" y aún más en una etapa donde la competencia entre empresas es muy dura. Por qué no ser el mejor si podemos serlo.

La Gestión del talento humano también es conocida como Gestión del capital humano, Sistema de Información del Recurso Humano o Sistemas de Gestión de Recursos Humanos o módulos de Recursos Humanos. Este abordaje del manejo del recurso humano busca no sólo emplear al personal más calificado y valioso, si no también enfatizar la retención. Como el reclutamiento y la selección es tan costosa para una empresa, es importante colocar al individuo en una posición donde sus habilidades sean óptimamente utilizadas.

El uso actual de la gestión del talento

El término, “gestión del talento” significa diversas cosas para distintas organizaciones. Para algunos es gerenciar a individuos de alto-valor o “muy capaces,” mientras que, para otros, es cómo se maneja el talento en general - es decir se trabaja bajo el supuesto que toda persona tiene algo de talento que requiere ser identificado y liberado. Desde la perspectiva de la gestión del talento, las evaluaciones del desempeño tratan con dos temas importantes: el rendimiento y el potencial. El rendimiento actual del empleado ceñido a un trabajo específico ha sido siempre la herramienta estándar que mide la productividad de un empleado. Sin embargo, la gestión del talento también busca enfocarse en el potencial del empleado, lo que implica su desempeño futuro

Los aspectos principales de la gestión del talento dentro de una organización deben siempre incluir:

- La gestión del desempeño
- La planificación de los recursos humanos/identificar las brechas de talento
- El reclutamiento

2.2.1.2. El mercado del talento

Según (Guzman, 2014) el mercado del talento es una estrategia de la capacitación y desarrollo del empleado que se establece en una organización. Es de mayor beneficio para empresas en que el empleado más productivo puede escoger los proyectos y las asignaciones que son las más ideales para el empleado en particular. Un sitio ideal es aquel en la productividad particular de cada individuo (administración de proyectos o conocimiento destacado en un campo en particular) con la tarea a realizarse.

Lo que no se debe ignorar para gestionar el talento

Existen una serie de elementos acerca de la categoría talento que no se deben ignorar, si se quiere gestionar en las organizaciones, entre ellos se encuentran: - ¿A qué se le denomina talento? - ¿Cuál es su relación con categorías como inteligencia, creatividad, conocimiento, competencias? - ¿El talento nace o se hace? - ¿Cuáles son los condicionantes sociales del talento? - ¿Cuál es la relación entre el talento y la edad? - ¿Los hombres son más talentosos que las mujeres? - ¿Qué implicaciones tiene para el talento el área del conocimiento a la que se dedique el sujeto? - ¿Cómo las personas pueden auto desarrollar su talento? Tener en cuenta estos elementos y cómo ha sido estudiada esta categoría, desde la óptica de diferentes ciencias, es importante porque no se puede gestionar un fenómeno que no se domina, que no se sabe lo que es.

La planeación de la carrera profesional como herramienta para el desarrollo del talento humano

Según (Werter, 2014). {Las modernas estrategias corporativas deben disponer de un adecuado equilibrio de talento en el recurso humano. Para ello, se ha sugerido implementar planes que permitan desarrollar la carrera profesional de sus elementos a la par de la misma organización.

La carrera profesional se compone de las tareas y puestos que desempeña el individuo en su vida profesional. La planeación de la carrera profesional se relaciona entonces, con los objetivos profesionales, y aquí es donde encontramos la labor de la organización o del departamento de capital humano para orientar a sus colaboradores en cómo y cuándo alcanzarlos.

2.2.2. Desempeño laboral

Según (Morales, 2009). Es en el desempeño laboral donde la persona o el individuo manifiesta las competencias laborales alcanzadas en las que se integran o empresa, como un sistema, conocimientos, habilidades, experiencias, sentimientos, actitudes, motivaciones, características personales y valores que contribuyen a alcanzar los resultados que se esperan, en correspondencia con las exigencias técnicas, productivas y de servicios de la empresa.

2.2.2.1. Autogestión

Según (Camila, 2011). En el ámbito de la organización, la autogestión (que significa administración autónoma), también llamada (en el contexto de un proceso de ejecución autónomo) proceso ejecutivo, es el uso de cualquier método, habilidad y estrategia a través de las cuales los partícipes de una actividad pueden guiar el logro de sus objetivos con autonomía en el manejo de los recursos. Se realiza por medio del establecimiento de metas, planificación, programación, seguimiento de tareas, autoevaluación, auto intervención y autodesarrollo.

La autogestión pretende el empoderamiento de los individuos para que cumplan objetivos por sí mismos, como por ejemplo dentro de los departamentos de una empresa. Incluye varios aspectos de la organización, como la preparación personal para asumir competencias y el liderazgo y los equipos o grupos de trabajo.

2.2.2.2. Relaciones humanas

Según (Orozco, 2006). Todo acto en el que intervengan dos o más personas es una relación humana. Se considera que las relaciones humanas son el contacto de un ser humano con otro respetando su cultura y normas compartiendo y conviviendo como seres de un mismo género en una sociedad. El hombre se relaciona con los demás ya sea de manera familiar y colectiva o laboral.

Este intercambia con otras ideas, opiniones, anécdotas, experiencias, inclusive cosas más personales.

2.2.2.3. Motivación

Según (Robbins, 2006). Definimos la motivación como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo para alcanzar las metas organizacionales, voluntad que está condicionada por la capacidad que tiene ese esfuerzo para satisfacer alguna necesidad individual.

La motivación es el resultado de la interacción del individuo con la situación. Su nivel varío, tanto entre individuos como dentro de los mismos individuos en momentos

2.2.2.4. La percepción

Según (Alliport, 1974). La naturaleza de la percepción: En las últimas décadas el estudio de la percepción ha sido objeto de creciente interés dentro del campo de la antropología, sin embargo, este interés ha dado lugar a problemas conceptuales pues el término percepción ha llegado a ser empleado indiscriminadamente para designar a otros aspectos que también tienen que ver con el ámbito de la visión del mundo de los grupos sociales, independientemente de que tales aspectos se ubiquen fuera de los límites marcados por el concepto de percepción. Es común observar en diversas publicaciones que los aspectos calificados como percepción corresponden más bien al plano de las actitudes, los valores sociales o las creencias. Aun cuando las fronteras se trasladan, existen diferencias teóricas entre la percepción y otros aspectos analíticos que hacen referencia a distintos niveles de apropiación subjetiva de la realidad.

El reemplazo de este concepto por otros no es un problema de serias consecuencias en la medida en que el producto de la investigación presente conclusiones muy generales sobre la aproximación que tienen los actores sociales a los eventos de su cotidianidad y que dichas conclusiones no conduzcan a confusiones interpretativas. Se vuelve un problema mayor cuando el mal uso del concepto da lugar a rasgos analíticos y cuando el resultado de la investigación se ubica dentro del ámbito del desarrollo teórico-conceptual de las ciencias. Uno de los problemas más graves se presenta cuando las diferencias observadas entre grupos sociales, que corresponden fundamentalmente al plano sociocultural, son confundidas con las diferencias porceptuales que tienen un carácter biocultural; entonces se corre el riesgo de generar inferencias erróneas sobre la existencia de grupos sociales con capacidades físicas menos o más evolucionadas, dando lugar a justificaciones “científicas” racistas, como ya ha ocurrido.

La percepción es biocultural porque, por un lado, depende de los estímulos físicos y sensaciones involucrados y, por otro lado, de la selección y organización de dichos estímulos y sensaciones. Las experiencias sensoriales se interpretan y adquieren significado moldeadas por pautas culturales e ideológicas específicas aprendidas desde la infancia. La selección y la organización de las sensaciones están orientadas a satisfacer las necesidades tanto individuales como colectivas de los seres humanos, mediante la búsqueda de estímulos útiles y de la exclusión de estímulos indeseables en función de la supervivencia y la convivencia social, a través de la capacidad para la producción del pensamiento simbólico, que se conforma a partir de estructuras culturales, ideológicas, sociales e históricas que orientan la manera como los grupos sociales se apropian del entorno.

La percepción depende de la ordenación, clasificación y elaboración de sistemas de categorías con los que se comparan los estímulos que el sujeto recibe, pues conforman los referentes perceptuales a través de los cuales se identifican las nuevas experiencias sensoriales transformándolas en eventos reconocibles y comprensibles dentro de la concepción colectiva de la realidad. Es decir que, mediante referentes aprendidos, se conforman evidencias a partir de las cuales las sensaciones adquieren significado al ser interpretadas e identificadas como las características de las cosas, de acuerdo con las sensaciones de objetos o eventos conocidos con anterioridad. Este proceso de formación de estructuras perceptuales se realiza a través del aprendizaje mediante la socialización del individuo en el grupo del que forma parte, de manera implícita y simbólica en donde median las pautas ideológicas y culturales de la sociedad.

Según (Alliport, 1974). Apunta que la percepción es: algo que comprende tanto la captación de las complejas circunstancias ambientales como la de cada uno de los objetos. Si bien, algunos psicólogos se inclinan por asignar esta última consideración a la cognición más que a la percepción, ambos procesos se hallan tan íntimamente relacionados que casi no es factible, sobre todo desde el punto de vista de la teoría, considerarlos aisladamente uno del otro.

Si la percepción es o no un tipo de conocimiento, es una cuestión para posteriores discusiones. No obstante, la caracterización que se ha hecho de ella tiene aspectos cuestionables e, incluso, algunos de ellos no pueden ser sostenidos a la luz de constataciones recientes.

Según (Abbagnano, 1986). En contra de la postura que circunscribe a la percepción dentro de la conciencia han sido formulados planteamientos psicológicos que consideran a la percepción como un proceso construido involuntariamente en el que interviene la selección de preferencias, prioridades, diferencias cualitativas y cuantitativas del individuo acerca de lo que percibe (este proceso se denomina preparación); al mismo tiempo, rechazan que la conciencia y la introspección sean elementos característicos de la percepción.

Según (Gonzales, 1988). En desacuerdo con algunos planteamientos psicológicos que señalan que lo percibido debe ser necesariamente verbalizado y consciente comenta que existe un número creciente de investigadores que han puesto de manifiesto, más allá de toda duda razonable, la existencia de procesos psíquicos inconscientes, donde estímulos externos de los que el sujeto carece de conocimiento pueden afectar su conducta observable.

González agrega que los eventos percibidos por debajo de la conciencia se pueden poner de manifiesto cuando influyen sobre la conducta y que pueden hacerse conscientes mediante ciertas técnicas como la hipnosis, la estimulación cerebral o el esfuerzo de la memoria.

Las fronteras del concepto de percepción

Una de las razones por las que el concepto de percepción se ha confundido con otros conceptos relacionados con la cosmovisión, como los valores sociales, las actitudes, las creencias, los roles y otros elementos de las prácticas sociales (como se indicó al principio), es que las fronteras mutuas se trasladan en tanto que todos éstos se refieren a conjuntos de estructuras significantes que describen cualitativamente a las vivencias, es decir que proporcionan los referentes a partir de los cuales se asignan calificativos, cultural e ideológicamente construidos, para las características atribuidas al entorno.

La percepción ofrece la materia prima sobre la cual se conforman las evidencias, de acuerdo con las estructuras significantes que se expresan como formulaciones culturales que aluden de modo general a una característica o a un conjunto de características que implícitamente demarcan la inclusión de determinado tipo de cualidades y con ellas se identifican los componentes cualitativos de los objetos.

OMT

Según (OMT, 2014). La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar

MINCETUR

Según (MINCETUR, 2016). El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR es el ente rector de toda la actividad turística y tiene la facultad de “aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, así como coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en la materia, fomentando el desarrollo del turismo social y la implantación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo, entre otras

PENTUR

Según (PENTUR, 2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú 2025 propone una serie de acciones que permitirán al país adaptarse a nuevos escenarios y tener el soporte necesario para continuar con el fortalecimiento del turismo con inclusión social, y así lograr las metas trazadas para el año 2025.

PROMPERU

Según (PROMPERU, 2016). Es un Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, encargado de la promoción del Perú en materia de exportaciones, turismo e imagen. Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país. (...), Participar en el diseño, coordinación y ejecución del planeamiento estratégico de la promoción de las inversiones, en coordinación con las entidades competentes. Diseñar, coordinar, concertar y ejecutar acciones destinadas a la promoción del turismo receptivo.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó lo estadístico descriptivo, para darle un carácter explicativo.

Según (Hernandez, 2010). La metodología de investigación es de nivel descriptivo, y diseño no experimental.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

La población para el estudio estuvo representada por los representantes legales o jefes inmediatos de los egresados que laboran en Agencias de Viajes y Turismo formales de la ciudad de Puno. Las personas que van a estar considerados en la aplicación de nuestro instrumento – cuestionario; va a ser representado por 30 representantes legales o titulares de las Agencias de Viajes y Turismo formales de la ciudad de Puno.

3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Revisión documentaria	Ficha de registro
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia del investigador. (Porcela, 2018)

3.4 VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

3.4.1. Definición de variables

- Variable 1: GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
- Variable 2: DESEMPEÑO LABORAL

3.4.2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICES	INSTRUMENTOS
Variable 1 Gestión del talento humano	➤ Capacidad	➤ Formación profesional basada en capacidades y/o competencias.	➤ Muy bueno	Encuesta
		➤ Competencia	➤ Bueno	
	➤ Gestión	➤ Implementación de planes de mejora de capacidades a nivel de pre y posgrado.	➤ Regular	➤ Malo
			➤ Nulo	
Variable 2	➤ Desempeño	➤ Egresados con propuesta de campo ocupacional.	➤ Muy bueno	Encuesta
	➤ Conducta		➤ Bueno	
Desempeño laboral	➤ Creatividad	➤ Satisfacción empresarial de labor cumplida por los egresados.	➤ Regular	➤ Cuestionario
			➤ Malo	
			➤ Nulo	

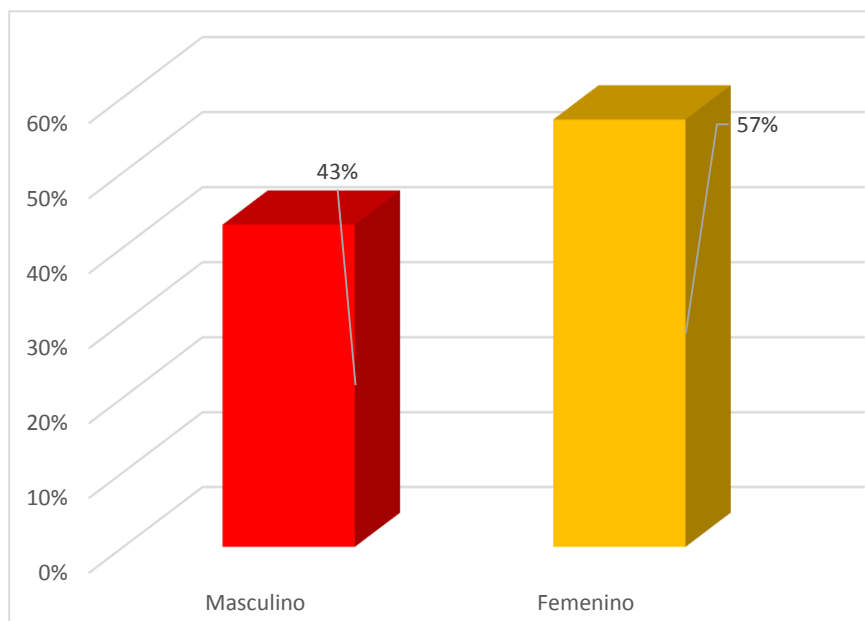
Fuente: Elaboración propia del investigador. (Porcela, 2018)

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

ASPECTOS GENERALES DE LOS ENCUESTADOS

Figura 1: Genero



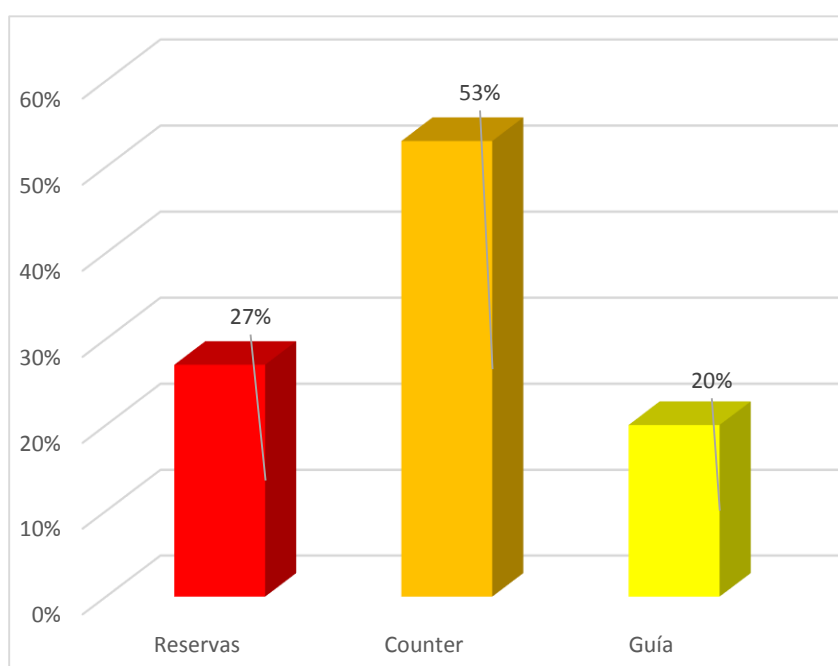
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 1, nos demuestra que el género femenino es el de mayor presencia en nuestro estudio y que la función que cumplen dentro de las diferentes Agencias de Viajes y Turismo es trascendente debido a la identificación, responsabilidad y capacidad demostrada como Egresados de nuestra Escuela Profesional de Turismo.

Los cargos las asumen desde las diferentes oficinas dentro de la agencia el género femenino y el trabajo dentro y fuera de la oficina lo realizan los varones.

Esto se relaciona con la cantidad de los postulantes que se presentan en los exámenes de admisión que en la mayoría son mujeres que prefieren la escuela.

Figura 2: Cargo Actual del Egresado

Fuente: Elaboración propia según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

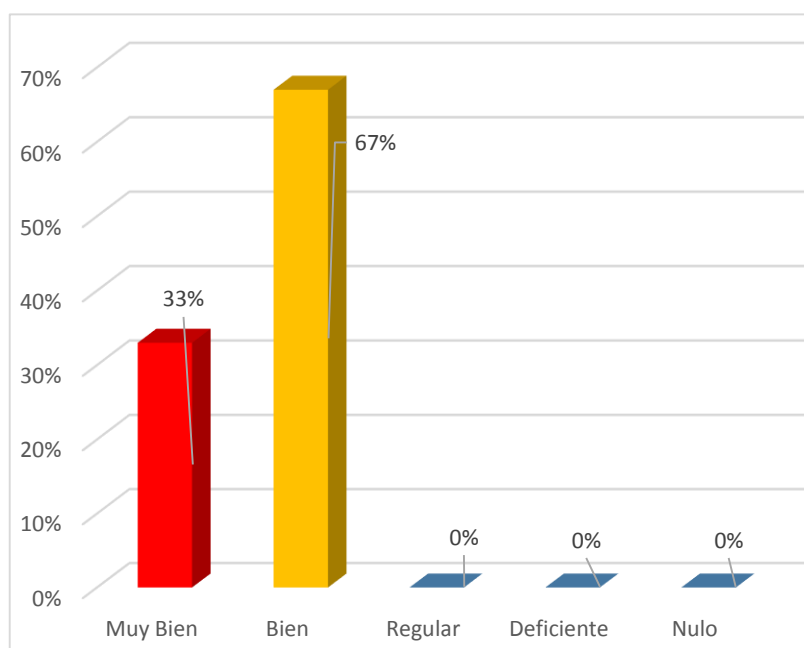
En la figura 2, se muestra las áreas en las que los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo se desempeñan laboralmente y de acuerdo a los resultados el 27% realizan labores en el área de reservas, mientras que la mayoría lo hace en el área de Counter con un 53% mientras que solamente un 29% lo realiza como guía de turismo.

El mayor porcentaje de los egresados, se refiere a los que ocupan el puesto de Counter debido a la preparación que se obtiene durante la preparación en la Universidad, además las Empresas confían en su capacidad persuasiva.

Por lo tanto, consideramos que los egresados no están mal preparados para desempeñar sus funciones para los que han sido formados.

Y el trato a los turistas lo maneja muy bien y su desempeño en el área de counter es muy buena en cuanto a la atención, desempeño es buena.

Figura 3: El egresado tiene la capacidad de dirigir y gestionar una Agencia de Viajes y Turismo



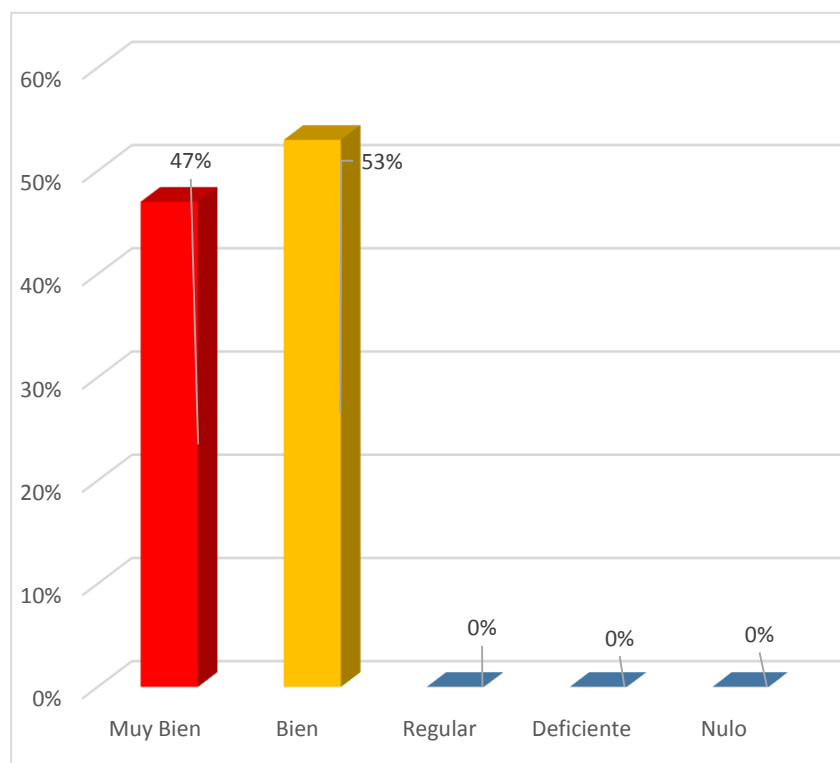
Fuente: Elaboración propia según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 3, a pesar del cargo desempeñado por los egresados en las tres áreas anteriormente descritas, los jefes inmediatos indican que los trabajadores tienen la capacidad de dirigir y gestionar una agencia de viajes y turismo como se detalla en el gráfico 3, del total el 67% lo pueden hacer bien mientras que el 33% lo harían muy bien.

Se puede afirmar que los egresados conocen la realidad de una agencia a nivel operativo, de gestión y dirección permitiéndoles lograr mejor esta competencia porque sus prácticas pre-profesionales las realizaron en varias de estas áreas, que les permiten conocer la realidad de la gestión del talento humano.

Figura 4: El egresado conoce la estructura política – administrativa de una Agencia de Viajes y Turismo



Fuente: Elaboración propia según encuestas 2017

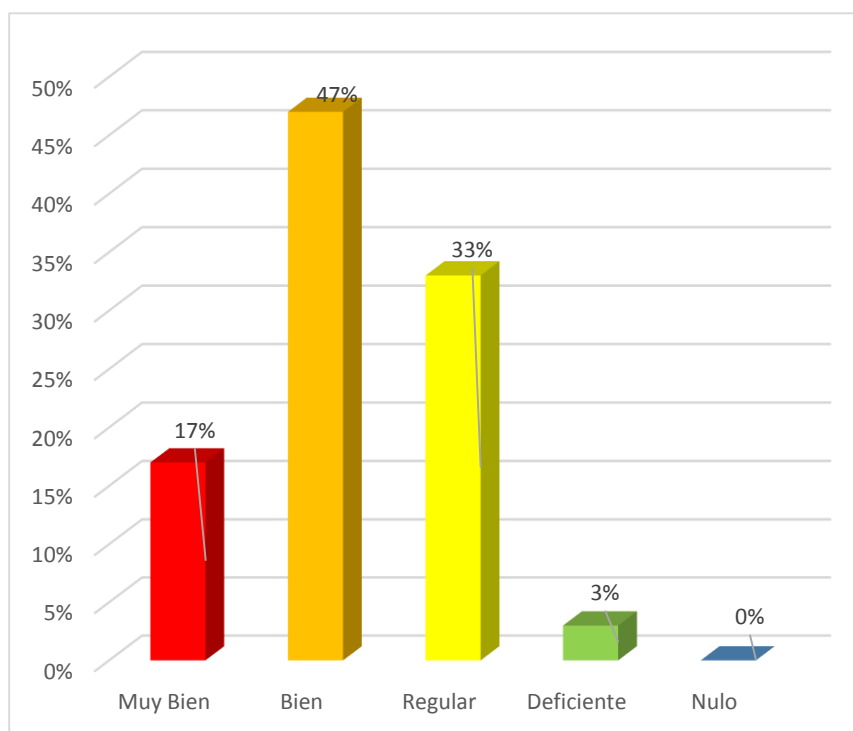
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 4, los encuestados afirman que el 53% de los egresados conocen la estructura política – administrativa de la Agencia de Viajes y Turismo que labora lo hace bien mientras que el 47% de los egresados lo hacen muy bien.

Conocer la estructura respecto a los fines, filosofía de la empresa y la planificación en la búsqueda de sus objetivos cualitativos o cuantitativos es primordial para generar espacios de desarrollo de los colaboradores con la agencia de viajes y turismo y la búsqueda de la satisfacción del cliente respecto a la concreción de los paquetes del nivel administrativo al operativo.

Cabe mencionar que el mayor porcentaje de Egresados conocen la estructura política y administrativa de la Agencia, esto por su misma formación profesional, y por las prácticas pre-profesionales en las agencias de viajes y están más relacionados con la empresa.

Figura 5: El egresado tiene la capacidad de convertir un problema empírico en un tema de oportunidad



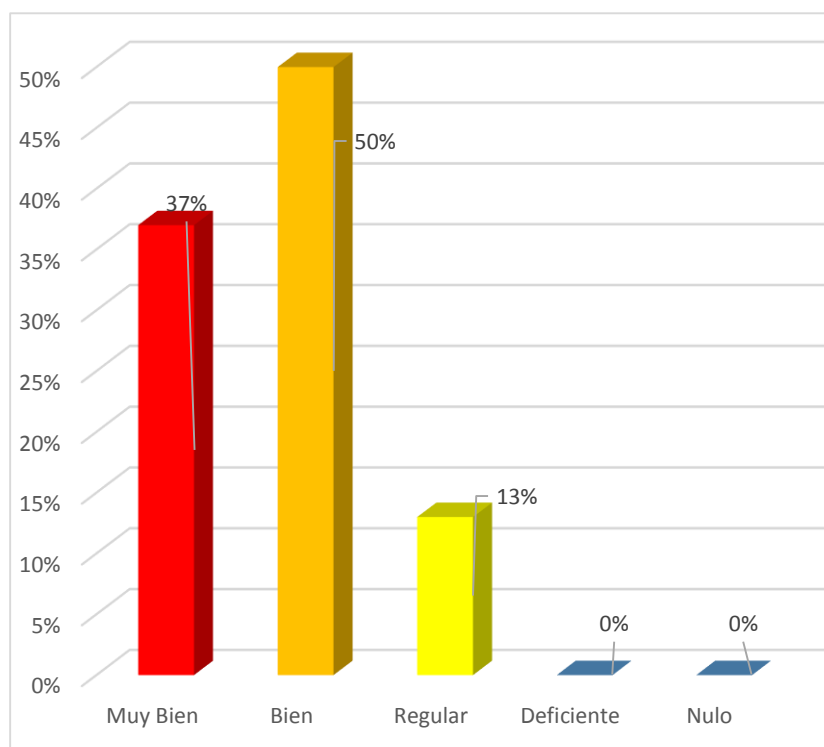
Fuente: Elaboración propia según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 5, las dificultades que se presentan en las diferentes áreas de la Agencia de Viajes principalmente en las áreas de Reservas, Counter y Guiado a nivel operativo se caracteriza por ser vertical ya que muchos de los egresados no pueden tomar algún tipo de decisión en generar oportunidades en los inconvenientes generados por tener una línea de mando de mayor control y repercusión en la decisión de los directivos o jefes inmediatos.

Lo afirmado anteriormente lo sustentamos por los resultados expresados por los encuestados, el 17% de los egresados lo hace muy bien, el 47% lo hace bien, el 33% lo hace regular mientras que un 3% actúa de manera deficiente.

Figura 6: El egresado demuestra clara orientación de servicio al cliente y se relaciona de manera eficiente con los mismos



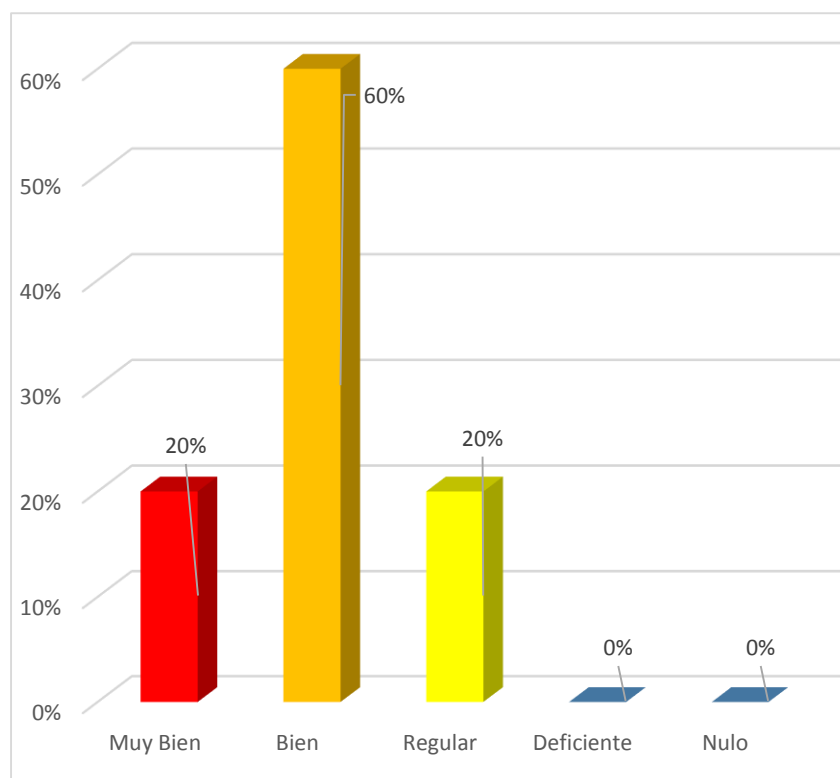
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 6, los egresados muestran limitaciones respecto a que todavía no desarrollaron adecuadamente la capacidad de orientación de servicio al cliente y aún les cuesta relacionarse de manera eficiente con los mismos, uno de los problemas que no consolida el desarrollo de esta capacidad puede ser la limitación en el dominio de idiomas extranjeros.

Los egresados no demuestran esta capacidad en su totalidad a esto se muestra en la tabla que un 37%, lo hace muy bien, el 50% lo hace bien y el 13% lo hace regular el porcentaje mayoritario se encuentra entre los egresados que hacen bien y regular este ítem y sería óptimo que se comprometieran para ubicarse en la primera categoría de hacer muy bien las cosas, esto se debe a la falta de enseñanza del idioma extranjero.

Figura 7: El egresado aplica estrategias que permitan gestionar el desarrollo de la empresa:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

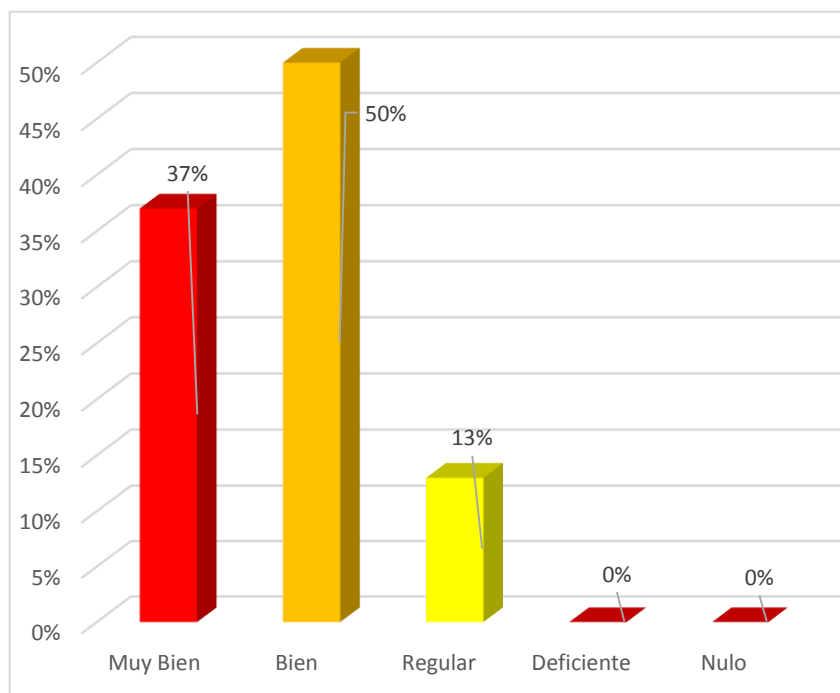
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 7, solo el 20% de los egresados aplican muy bien estrategias que permite gestionar el desarrollo continuo de la Agencia de Viajes y Turismo, el 60% lo hace bien y un 20% lo hace de manera regular. Esto es debido a que las Agencias de Viajes y Turismo en la actualidad no solamente brindan un servicio turístico y necesita del esfuerzo de sus colaboradores en la venta pre y post del producto turístico, también se está involucrando a los mismos en generar oportunidades de crecimiento mediante estrategias de desarrollo competitivo.

Una de las limitaciones por superar es involucrarse en tener base en marketing turístico con el propósito de involucrarse en un plan de desarrollo empresarial orientado hacia una Agencia de Viajes y Turismo.

El mayor de los egresados aplica buenas estrategias, además gestiona el desarrollo de la empresa, donde el empresario confirma el desempeño laboral.

Figura 8: El egresado maneja diferentes técnicas comunicacionales que le permite establecer buenas interrelaciones con el cliente:

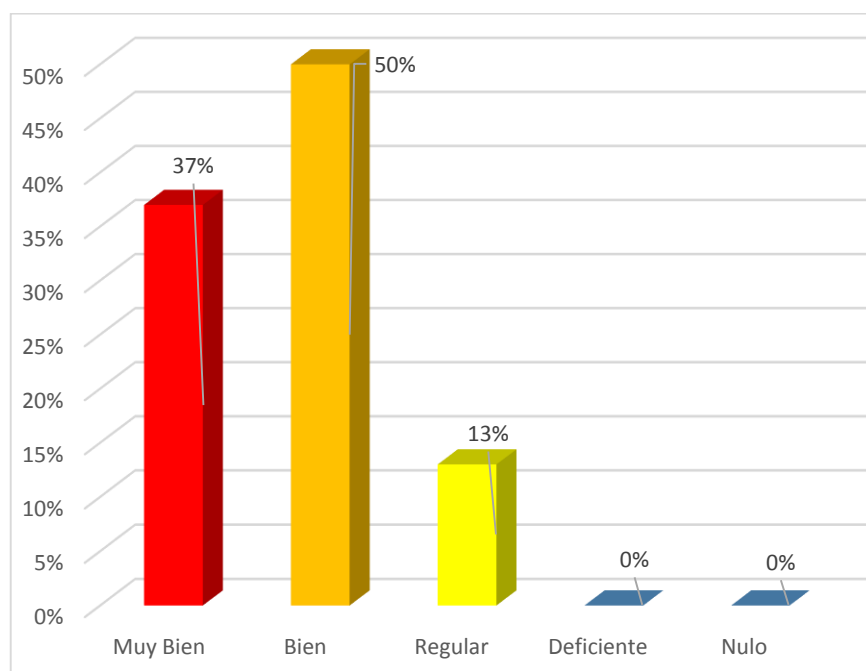


Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 8, los egresados aún no lograron eficientemente el manejo de diferentes técnicas comunicacionales que les permita establecer buenas interrelaciones con el cliente, se puede deducir que esto se presenta en algunos de los guías por estar en pleno proceso de consolidación de su profesión por la gran demanda en temporada alta, ya que los guías de turismo son los más directos en relacionarse con los turistas.

El manejo de idiomas extranjeros limita a las otras áreas ya que son aspectos mecánicos y de menor temporalidad en la interacción entre el egresado y los turistas. El 37% de los egresados demuestran muy bien éstas técnicas comunicacionales, donde ayuda al empresario de que haga muy buena relación tanto con los turistas y las Agencias de Viajes, el 50% lo hace bien y un 13% lo realiza de manera regular considerando que este porcentaje debe ser revertido e incrementar la primera opción para consolidar su buen desempeño laboral.

Figura 9: El egresado domina el inglés, tanto en forma oral y escrita

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

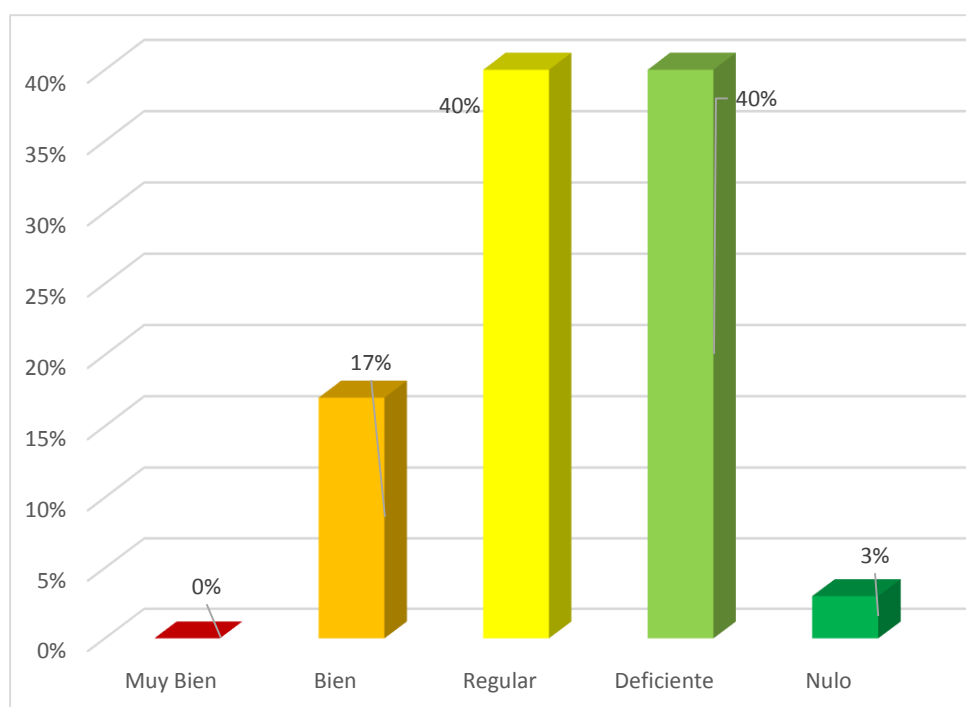
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 9, los responsables o jefes inmediatos de los egresados que laboran dentro de las diferentes Agencias de Viajes y Turismo afirman que la limitante más presente en los egresados durante las prácticas pre profesionales y también cuando empiezan a laborar es el dominio del idioma inglés a nivel oral y también en forma escrita.

El 13% de los egresados domina el inglés de manera regular esto puede ser interpretado que puede tener un nivel básico del idioma y que el nivel de comunicación con el turista no es fluido ni continuo, mientras que un 50% del total habla bien el inglés y solamente el 37% hablan bien el inglés que les permite un buen desenvolvimiento en sus actividades cotidianas.

El 50% de los egresados habla bien el inglés, donde tiene una comunicación comprensiva con los visitantes, el 37% tienen una fluida comunicación con los visitantes, el 13% de los egresados dominan de forma regular, esto puede ser interpretado que puede tener un nivel básico del idioma extranjero y que el nivel de comunicación no es fluida ni continua.

Figura 10: El egresado domina otros idiomas extranjeros (francés, portugués, italiano, alemán, entre otros) a nivel avanzado, tanto en forma oral y escrita:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

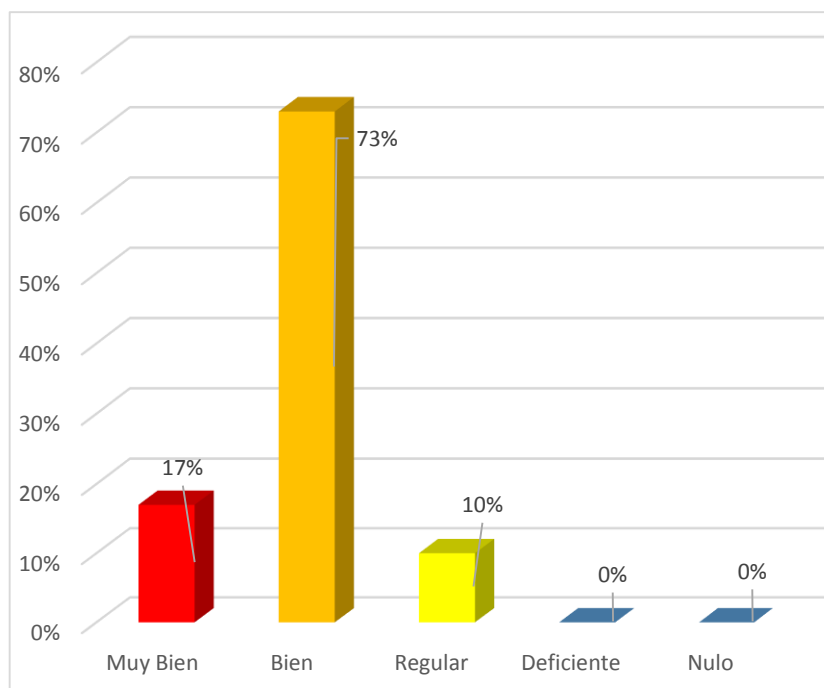
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 10, es así que, del total de egresados, solamente el 17% habla bien en otros idiomas extranjeros, el 40% lo hace en forma regular, el 40 lo habla, pero a nivel deficiente y el 3 no conoce otros idiomas extranjeros.

Los egresados demuestran que la formación recibida en las aulas universitarias no permite el desarrollo de competencias adecuadas para una buena gestión de su talento humano, es por esto que la falta de autodeterminación en el aprendizaje de idiomas extranjeros diferente al inglés como lo son el francés, alemán, italiano, portugués y otros. También el plan de estudios que se concreta durante los 10 semestres académicos estudiados no lo permite.

El 40% de los egresados domina otros idiomas (francés, portugués, italiano, alemán), de forma regular y deficiente, el 17% habla bien estos idiomas extranjeros y el 3% no conoce otros idiomas.

Figura 11: El egresado conoce y gestiona destinos turísticos, formulando circuitos, programas e itinerarios turísticos:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

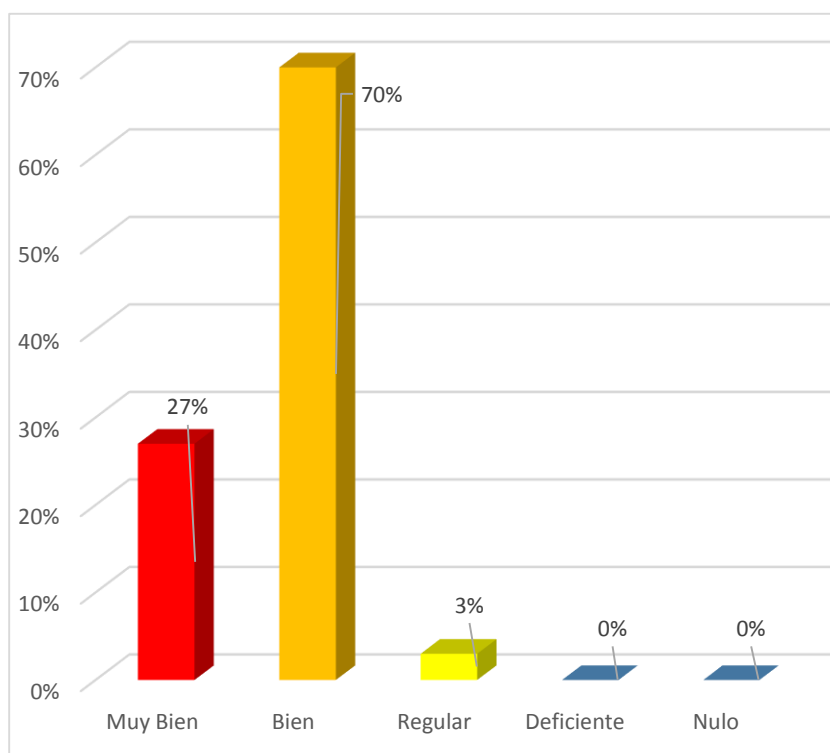
En la figura 11, el 17% de los egresados conoce y gestiona muy bien destinos turísticos formulando circuitos programas e itinerarios turísticos de zonas de desarrollo turísticos en relación a las tendencias actuales de la demanda turística y presencia de oferta turística disponible a su uso y compromiso con el servicio a los turistas.

El 73% lo realiza bien y solo un 10% lo hace de manera regular.

Las empresas turísticas están comprometidas con la búsqueda de nuevas rutas, programas y circuitos turísticos en la que los egresados aportan con sus conocimientos adquiridos durante su formación profesional universitaria.

El mayor porcentaje de los egresados conoce y gestiona destinos turísticos de forma eficiente debido a la preparación, que se obtiene durante la permanencia en la Universidad. Donde los empresarios confían en su capacidad productiva.

Figura 12: El egresado conoce el procedimiento operativo del ámbito de una Agencia de Viajes y Turismo:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

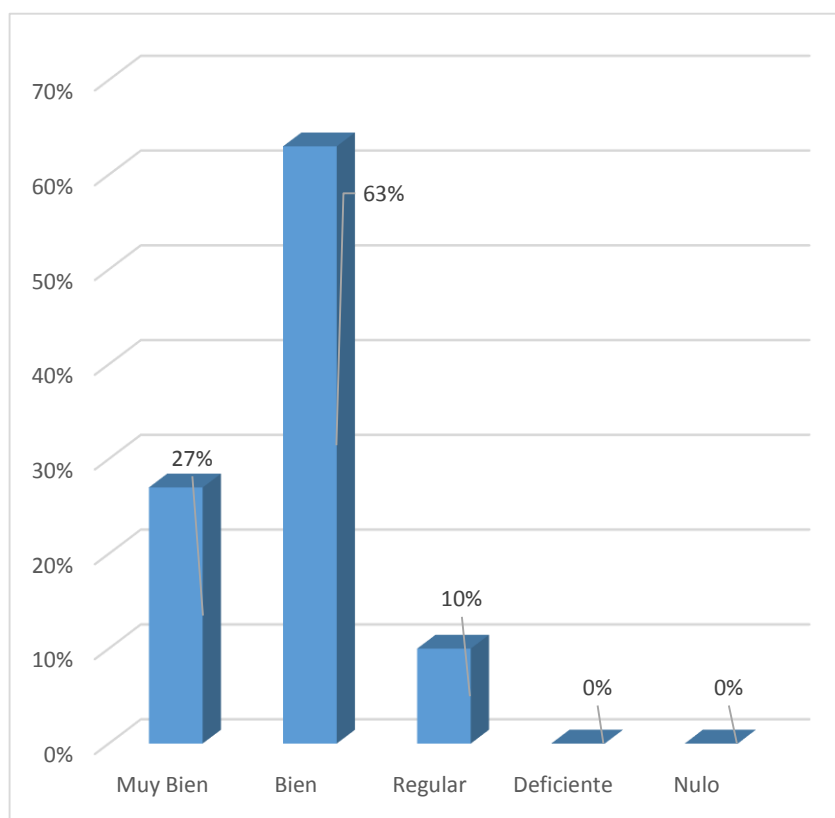
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 12, los egresados están comprometidos con el desarrollo de la empresa turística porque conocen el procedimiento operativo del ámbito de una agencia de viajes y turismo eso se muestra en el gráfico con un 70% de los egresados que desarrolló la competencia bien, el 27% lo hace muy bien y el 3% lo realiza de manera regular.

La planificación de las diversas actividades antes de ofrecer los paquetes turísticos a los turistas es trascendente y permite la adecuada calidad de brindar servicios que competen a los elementos fundamentales del sistema turístico.

El mayor porcentaje conoce el procedimiento operativo de la Agencia, debido a la preparación que se obtiene durante la permanencia en la Universidad.

Figura 13: El egresado utiliza las tecnologías de información y comunicación en la empresa



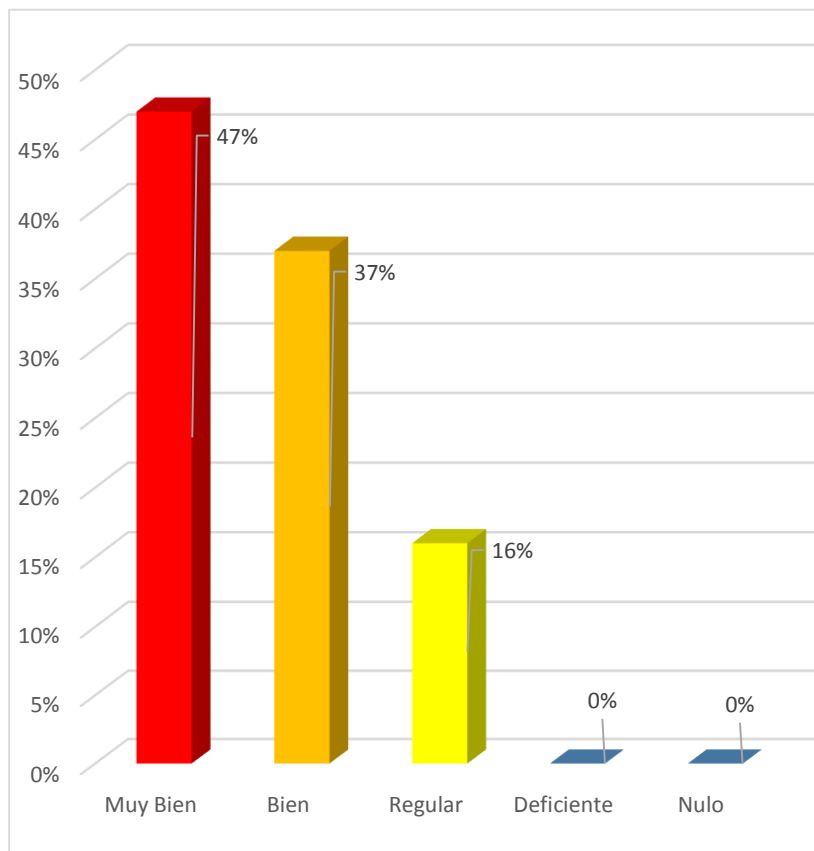
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 13, el manejo de tecnologías de información y comunicación dentro de las Agencias de Viajes y Turismo no es complejo esto se relaciona con sistemas operativos como software y herramientas tecnológicas actuales que toda persona de cualquier generación X, Z, Y, usan sin mayor complicación.

El hecho de que el 10% las maneje de manera regular indica que las empresas tienen características propias en el manejo de sus redes sociales y el tipo de software personalizado, ya que el 63% de los egresados lo hace bien y el 27% lo realiza muy bien.

Figura 14: El egresado está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

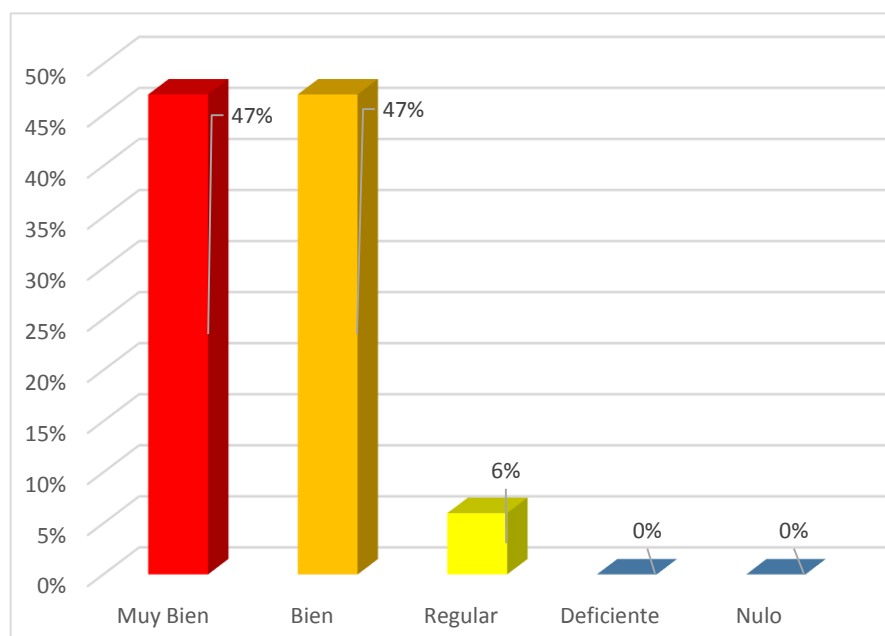
En la figura 14, la mayoría de los egresados está comprometida con las funciones que le corresponde realizar ya que el 47% está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto que se presente dentro de la empresa turística esto se plasma a nivel de tiempo y espacio. El 37% de los egresados lo realiza bien mientras solo el 16% lo realiza de manera regular.

El compromiso del egresado está condicionado a su ubicación dentro de las áreas en las que se desenvuelve, puesto que esto le puede permitir acceder a cargos más altos que permita su crecimiento profesional, personal, familiar y económico.

El mayor porcentaje de los egresados, está en la capacidad de trabajar a presión frente a cualquier imprevisto que se presenta en la agencia. Donde los egresados están aptos en apoyar a dicha empresa.

DESEMPEÑO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Figura 15: El egresado de la UNA Puno, en su desempeño laboral durante todo este tiempo ha sido:



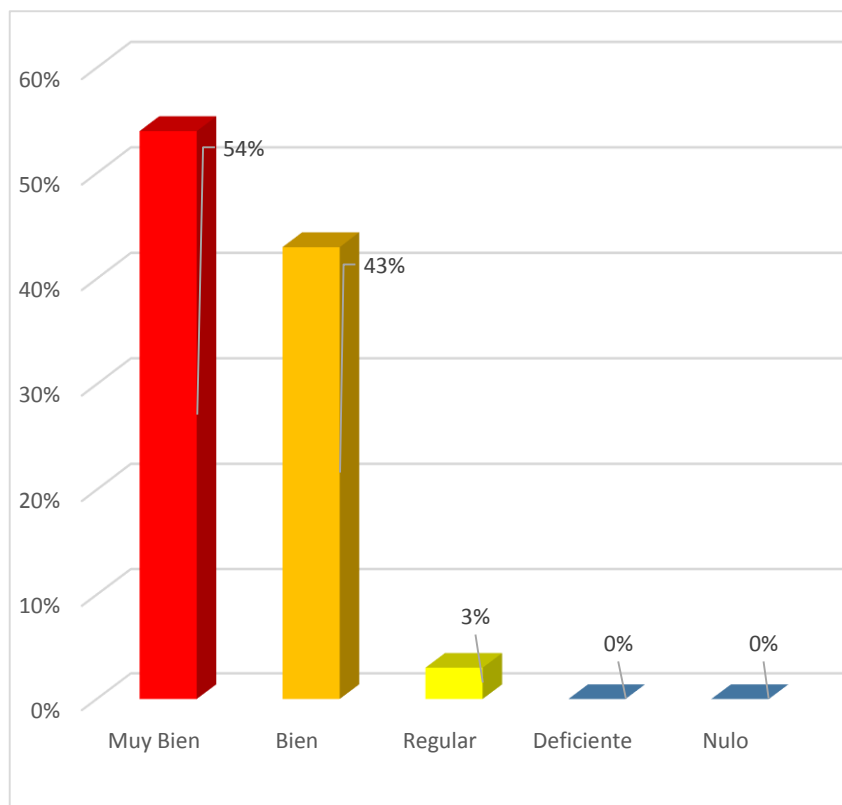
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 15, los egresados demuestran que su formación profesional fue orientada de la manera más pertinente ya que la gran mayoría lo demuestran en los resultados estadísticos puesto suman el 94% los dos primeros ítems que tienen un desempeño laboral muy buena y buena y solamente un 6% tiene demuestra un desempeño regular.

Es importante que estos resultados sean cada vez positivos y así lograr una imagen asertiva hacia los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo por parte de los empresarios que se dedican a la actividad turística en nuestra ciudad y/o región.

Figura 16: El egresado respecto a las tareas asignadas en las áreas las cumple de manera:



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

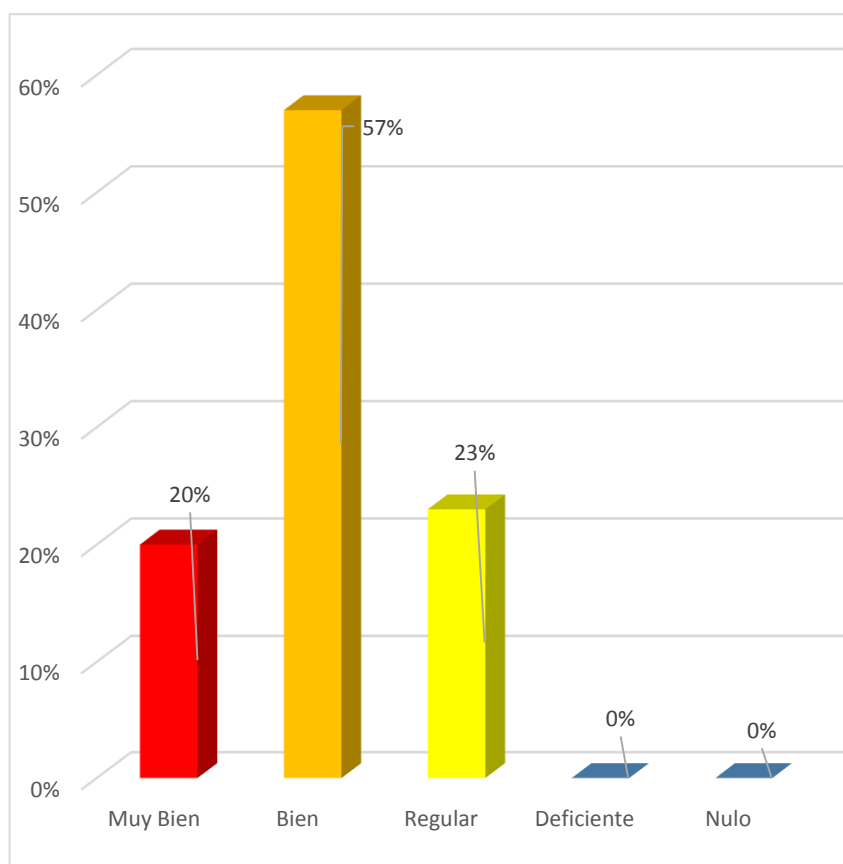
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 16, respecto al desarrollo de capacidades específicas en cada una de las áreas en las que se desenvuelven los egresados es muy buena y así se representa con el 54% del total y bueno un 43% de los mismos.

El 3% lo hace de manera regular. Es resaltante que no hay egresados que hagan mal su trabajo pese a que muchos de ellos inician su desarrollo profesional en alguna de las áreas de una Agencia de Viajes y Turismo.

La especialización del trabajo juega un papel preponderante y explica las respuestas y comportamiento de desarrollo laboral de los egresados, eso permite que las personas que conocen su área específica la realicen bien y sin ningún tipo de inconveniente buscando siempre su perfeccionamiento.

Figura 17: El egresado demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa

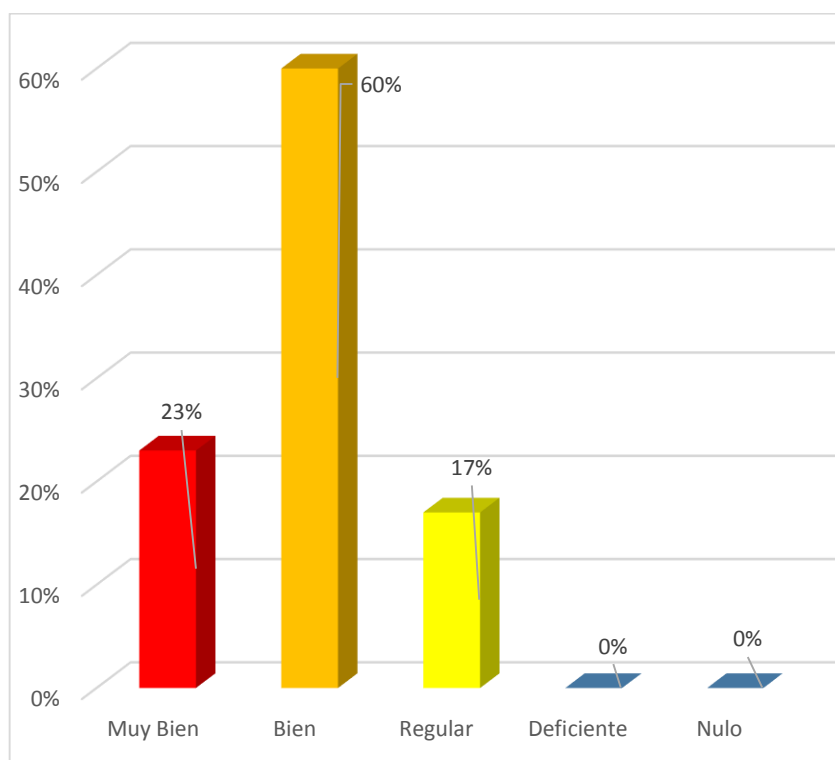


Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 17, la política de crecimiento profesional con el propósito de mejorar las tareas específicas y generales del egresado es entendida por la mayoría de los sujetos de la investigación esto se plasma en los resultados ya que el 20% demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa, el 57% lo hacen bien y el 23% de manera regular siente interés en mejorar sus potencialidades para mejorar su desempeño laboral específico y general.

Las oportunidades de crecimiento profesional y personal están expresadas en las formas de incentivos que recibe por parte de los agentes turísticos

Figura 18: El egresado aporta con ideas creativas que benefician a la empresa

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

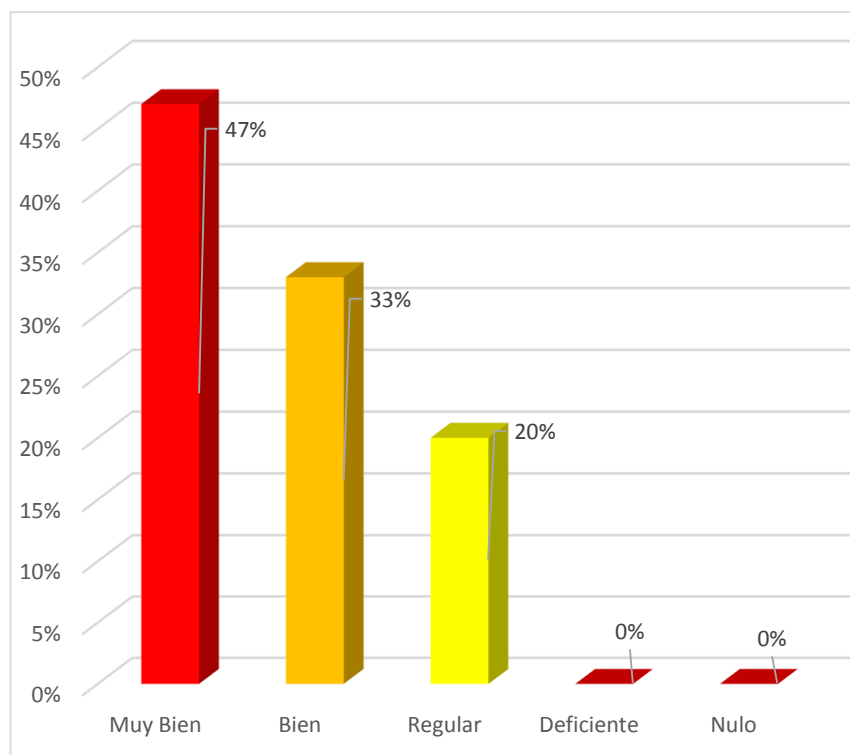
En la figura 18, el 60% de los egresados aportan bien y con ideas creativas que benefician a la Agencia de Viajes y Turismo con el propósito de mejorar la promoción de destinos turísticos con el fin de llevar a la empresa a espacios de competitividad.

El 23% lo hace bien y solo un 17% lo hace regular en sus actividades cotidianas.

El desarrollo de planes de negocio e implementar productos turísticos diversificados y en relación a la nueva tendencia de la actividad turística sostenible.

Por lo que el egresado aporta con ideas creativas en la empresa tal como se afirma.

Figura 19: El egresado demuestra una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional



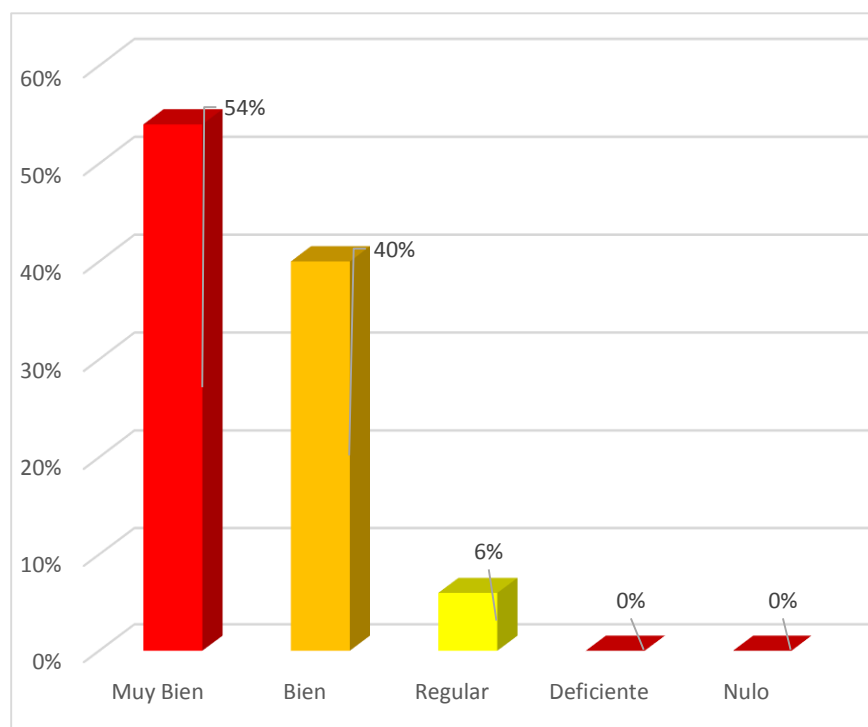
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 19, la construcción de la ética profesional de los egresados de la escuela profesional de turismo se está fortaleciendo continuamente por los resultados expresados por los empresarios o responsables directos de las Agencias de Viajes y Turismo en relación a que sus trabajadores universitarios demuestran una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional.

La suma entre los que hacen muy bien y bien éste ítem representa el 80% mientras que solamente el 20% está en proceso de hacer bien las cosas y se manifiesta de manera regular.

Figura 20: El egresado cumple las políticas internas de la empresa y se desenvuelve adecuadamente

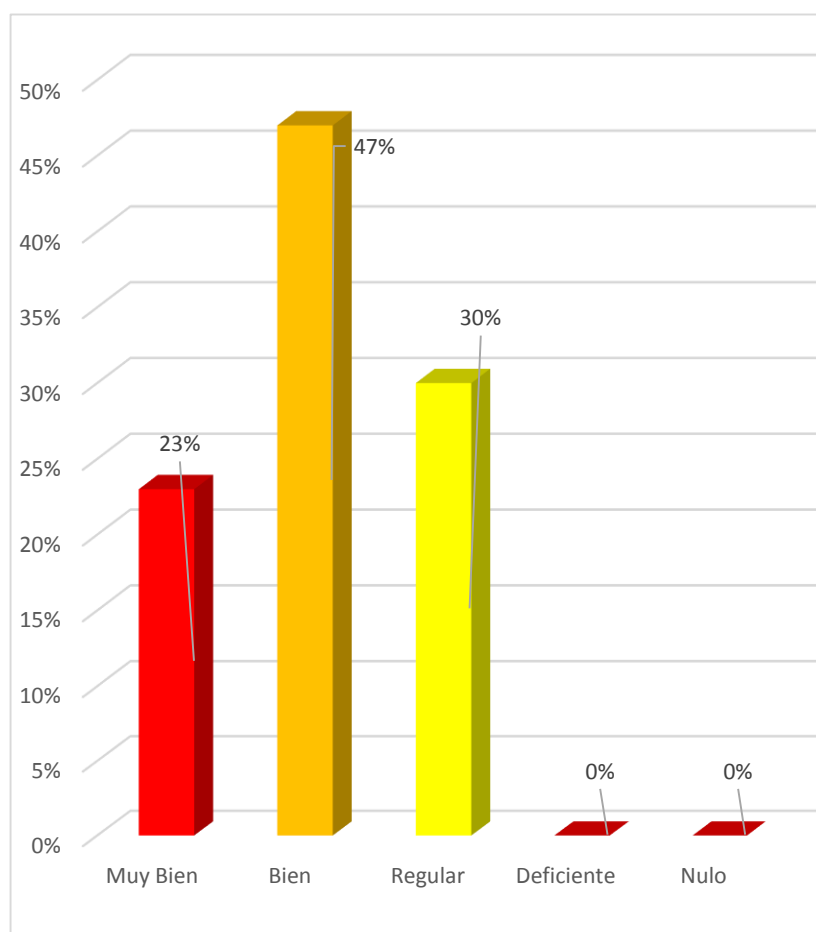


Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 20, la administración de la empresa privada como lo es una Agencia de Viajes y Turismo es riguroso y se trabaja respecto a los resultados y propósitos que busca la misma. Es por esto, que los Egresados de la Escuela Profesional de Turismo cumplen con las políticas internas de la empresa y se desenvuelven adecuadamente puesto que el 54% lo hace muy bien, el 40% lo hace bien y solamente un 6% lo hace regular.

El respecto a la inversión que tienen los empresarios y la búsqueda de bienestar común entre todos los trabajadores funciona en este ítem por el buen comportamiento a nivel social y personal con cada uno de los colegas con los que interactúa a diario.

Figura 21: El egresado tiene autocontrol en situaciones complicadas

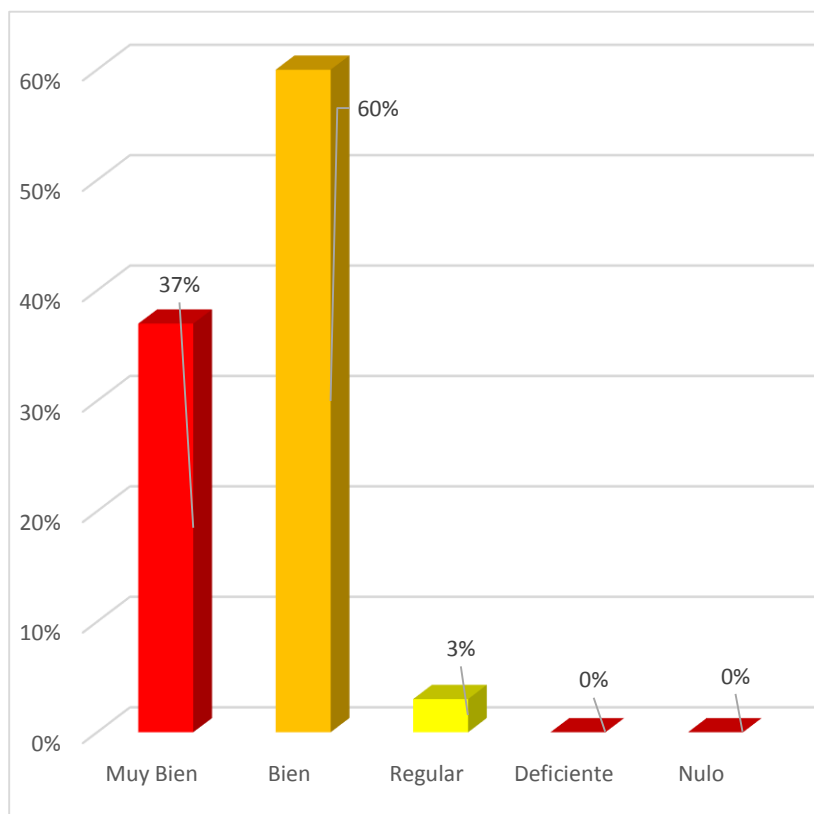
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 21, el 23% de los egresados demuestra autocontrol en situaciones complicadas sea cuando se brinda el servicio o las relaciones humanas con el entorno general de la Agencia de Viajes y Turismo. El 47% lo maneja bien, el 30% lo hace regular por el cambio continuo de la dinámica del sistema turístico.

El brindar servicios a personas que tienen expectativas de viaje diversas y que es complicado lograr la satisfacción de las necesidades de turistas o personas; el manejo de grupos es singular dentro de la actividad turística siendo intermediarios entre el consumidor final y las comunidades receptoras

Figura 22: El egresado demuestra creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades



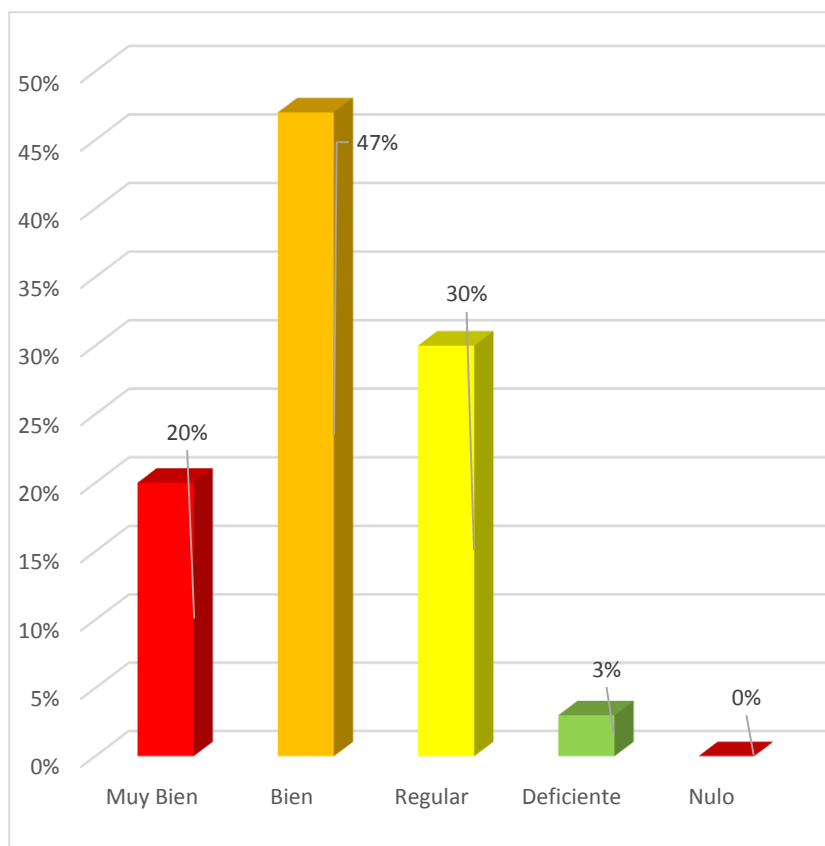
Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 22, los promotores o encargados directos de las agencias de viajes y turismo indican que los egresados mayoritariamente demuestran creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades cotidianas en sus diferentes áreas de desarrollo laboral.

Es así que el 37% son muy creativos, el 60% lo hacen bien y el 3% lo hace regular en sus espacios, la interacción con los clientes debe ser creativo siempre en especial las áreas de Counter y Guiado donde son puestos estratégicos que dan la cara al turista sobre el servicio brindado por la Agencia de Viajes de Turismo.

Figura 23: El egresado frente a una situación inesperada controla el estrés generado



Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la figura 23, la conducta y personalidad de los trabajadores está siendo trabajada constantemente ya que es natural que los trabajadores de una agencia de viajes y turismo empiece a aprender y superarse constantemente, como resultado nos manifiestan que el 20% de los egresados frente a una situación inesperada controla el estrés generado muy bien, mientras que el 47% lo hace bien, el 30% lo hace regular y solo un 3% lo hace de manera deficiente.

Las personas o visitantes que tienen perfiles diversos por venir de distintos espacios geográficos y con formas de vida muy diferentes hacen que los profesionales de turismo formados en la universidad apliquen estrategias de generar espacios de buenas relaciones con los clientes.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

PRIMERO: La formación de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano se caracteriza por ser buena, demostrando que durante la formación teórica - práctica alcanzaron desarrollar capacidades específicas y generales permitiéndole alcanzar un buen desempeño laboral.

SEGUNDO: Los Agentes Turísticos (promotores y/o responsables de las Agencias de Viajes y Turismo) manifiestan una percepción buena sobre la formación en el nivel de pre grado y el aporte que realiza en su empresa expresando un buen desempeño laboral en las áreas de reservas, Counter y Guiado principalmente.

TERCERO: El conjunto de capacidades generales y específicas que desarrolló el egresado de turismo se enmarca a aspectos de formación general sobre la planificación, organización y ejecución del servicio turístico en una Agencia de Viajes y Turismo; de manera específica conoce adecuadamente la concreción práctica del servicio.

CUARTO: La capacidad demostrada por los egresados se caracteriza por tener conocimientos teóricos – prácticos a nivel limitado en ciertas áreas primordiales dentro de una Agencia de Viajes, específicamente tienen limitaciones en temas de relaciones humanas, manejo de estrategias de crecimiento de una empresa, manejo de idiomas extranjeros principalmente.

RECOMENDACIONES

- PRIMERO:** Se debe involucrar a los futuros egresados de la Escuela Profesional de Turismo en las diferentes Agencias de Viajes y Turismo, y durante su formación sean involucrados en las diversas áreas para su familiaridad y crecimiento Pre profesional. Esto permitiría que la formación por competencias sea holística y muy buena.
- SEGUNDO:** Realizar el seguimiento a los estudiantes durante su formación profesional para que logren experiencias prácticas y se consoliden con los conocimientos brindados en las aulas Universitarias. Lograr una imagen positiva de los futuros egresados debería ser compromiso de las autoridades y docentes de la Escuela Profesional de Turismo.
- TERCERO:** La formación en asignaturas que tienen relación con Agencias de Viajes y Turismo deben estar en concordancia con las necesidades y exigencias del mercado turístico y las condiciones de servicio ofertado; por lo que la Universidad debe tener un plan de estudios más estructurado y en relación a la realidad de la empresa turística actual.
- CUARTO:** Se debe trabajar con el propósito de revertir las limitaciones expresadas por los agentes turísticos mediante la presencia de los estudiantes desde el primer semestre en las Agencias de Viajes y Turismo y de esta manera los futuros egresados habrán desarrollado sus competencias objetivamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Avalos, C. (19 de Junio de 2008). *Competencias requeridas en el ambito laboral del turismo.*
- Carbajal, M. (25 de Noviembre de 2016). *Gestion de Talento Humano.*
- Castillo, M. (5 de Marzo de 2012). *La gestion del talento humano es la optimacion del uso de los legitimos talentos de los integrantes de la empresa.*
- Cruz, M. (3 de Marzo de 2013). *Gestion de los Recursos Humanos.*
- Gomez. (2010). *Talento Humano en turismo.* Puno: UNAP-Tesis.
- Ibañez, M. (3 de Mayo de 2011). *La gestion del talento humano.*
- Lunar, R. (27 de Agosto de 2010). *Desempeño Laboral de la mujer.*
- Mabel, N. (10 de Marzo de 2008). *Competencias requeridas en el ambito laboral de turismo.*
- Montoya, D. (7 de Octubre de 2016). *Relacion entre clima organizacional y la evaluacion del desempeño del personal.*
- Ramos, L. (7 de Abril de 2015). *Cuantificacion de la eficacia del Plan Nacional de la Capaccitacion del Talento Humano del Ministerio de TURISMO.*
- Rujano, M. (23 de Enero de 2010). *Turismo y Genero.*

WED – GRAFIA

Allport, F. (1974). El problema de la percepción. Buenos Aires.

Ávalos, C. y Mabel, N. (2008). Competencias requeridas en el ámbito laboral del turismo. Perú.

Carbajal, M. (2016). Gestión del Talento Humano y el desarrollo del turismo en la provincia de Huánuco, 2015. Perú.

Charaja, F. (2011). El MAPIC en la metodología de la investigación. 2da edición. Puno: Editorial Titicaca.

Cruz, M. (2013). Gestión de los Recursos Humanos por competencias en el desarrollo de sector turístico. El caso de Ambato: amenazas y oportunidades. Ecuador.

Gonzales, B. (2006). La competencia en el nuevo milenio. México.

Gutiérrez, F. y Tumi, J. (2003). Diseños estadísticos aplicados a la educación. Puno: Editorial Titicaca.

Montoya, D. (2016). Relación entre el clima organizacional y la evaluación del desempeño del personal en una empresa de servicios turísticos: caso PTS Perú 2015. Perú.

Rujano, M. y Lunar, R. (2010). Turismo y género: desempeño laboral de la mujer en los organismos turísticos públicos del Estado de Nueva Esparta. Venezuela.

Velarde, M. (2008). El papel del elemento humano en la organización del sector turístico. México.

<http://googleacadémico.com>

<http://www.mincetur.gob.pe>

<http://concepto.de/percepcion/#ixzz5IJbBZY19>

ANEXOS

Anexo A - 1 . Encuesta

1. “GESTIÓN DE TALENTO HUMANO”

N	Ítem	Muy Bien	Bien	Regular	Deficiente	Nulo
01	El egresado tiene la capacidad de dirigir y gestionar una Agencia de Viajes y Turismo					
02	El egresado conoce la estructura política – administrativa de una Agencia de Viajes y Turismo					
03	El egresado tiene la capacidad de convertir un problema empírico en un tema de oportunidad.					
04	El egresado demuestra clara orientación de servicio al cliente y se relaciona de manera eficiente con los mismos.					
05	El egresado aplica estrategias que permitan gestionar el desarrollo de la empresa.					
06	El egresado maneja diferentes técnicas comunicacionales que le permite establecer buenas interrelaciones con el cliente.					
07	El egresado domina el inglés, tanto en forma oral y escrita.					
08	El egresado domina otros idiomas extranjeros (francés, portugués,					

	italiano, alemán, entre otros) a nivel avanzado, tanto en forma oral y escrita.					
09	El egresado conoce y gestiona destinos turísticos, formulando circuitos, programas e itinerarios turísticos.					
10	El egresado conoce el procedimiento operativo del ámbito de una Agencia de Viajes y Turismo.					
11	El egresado utiliza las tecnologías de información y comunicación en la empresa.					
12	El egresado está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto.					

Anexo B - 2: Desempeño laboral

N°	Ítem	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente	Nula
01	El egresado de la UNA Puno, en su desempeño laboral durante todo este tiempo ha sido.					
02	El egresado respecto a las tareas asignadas en las áreas las cumplen de manera					
03	El egresado demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa.					
04	El egresado aporta con ideas creativas que benefician a la empresa.					
05	El egresado demuestra una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional.					
06	El egresado cumple las políticas internas de la empresa y se desenvuelve adecuadamente.					
07	El egresado tiene autocontrol en situaciones complicadas					
08	El egresado demuestra creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades.					
09	El egresado frente a una situación inesperada controla el estrés generado.					

Anexo C - 3: Glosario de términos

Valores

- **Holístico:** Es una tendencia o corriente que analiza los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan. El holismo supone que todas las propiedades de un sistema no pueden ser determinadas o explicadas como la suma de sus componentes.
- **Objetivos:** Significa el fin al que se desea llegar, la meta que se pretende lograr. El objetivo es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o perseguir sus aspiraciones, el propósito. Objetivo es sinónimo de destino, meta, como el punto de mira de un arma, el blanco, o como el fin específico al que hay que llegar.
- **Metas:** Una meta es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos. De manera general, se identifica con los objetivos o propósitos que una persona o una organización se marca.
- **Relaciones humanas:** Es el nombre dado al conjunto de interacciones que se da en los individuos de una sociedad, la cual tiene grados de órdenes jerárquicos. Las relaciones humanas se basan principalmente en los vínculos existentes entre los miembros de la sociedad. Gracias a la comunicación, que puede ser de diversos tipos: visual o comunicación no verbal, lenguaje icónico o lenguaje de las imágenes, que incluye no sólo la apariencia física, imagen corporal sino también los movimientos, las señales, lingüística, chat, comunicación oral, afectiva y, también, los lenguajes creados a partir del desarrollo de las sociedades complejas: lenguaje político, económico, gestual, etc.
- **Profesional:** Un profesional es toda aquella persona que puede brindar un servicio o elaborar un bien, garantizando el resultado con calidad de excelencia. Puede ser una persona con un reconocimiento de grado universitario, técnico o experto en cierto tema, disciplina o arte. Los profesionistas se dividen en técnicos, ingenieros, licenciados, médicos, maestros y doctores. Sin embargo, una persona también puede ser considerada profesional por el hecho de proveer un servicio o producto y exhibir un comportamiento honesto, calificado, responsable y capaz; características que se obtienen con constancia y talento en la disciplina desempeñada.

- **Motivación:** Deriva del latín *motivus*, que significa «causa del movimiento». La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.
- **Trabajador:** Un trabajador o trabajadora es una persona que con la edad legal suficiente presta sus servicios retribuidos. Cuando no tiene la edad suficiente, se considera trabajo infantil. Si no presta los servicios de forma voluntaria, se considera esclavitud o servidumbre. Estos servicios pueden ser prestados dentro del ámbito de una organización y bajo la dirección de otra persona física o persona jurídica, denominada empleador o empresario; o bien como trabajador independiente o autónomo.

ANEXO D -4 : Aspectos generales de los encuestados**Tabla 1: Género:**

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Masculino	13	43 %
02	Femenino	17	57 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

GESTION DE TALENTO HUMANO**Tabla 2: Cargo Actual del Egresado**

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Reservas	08	27 %
02	Counter	16	53 %
03	Guía	06	20 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 3: El egresado tiene la capacidad de dirigir y gestionar una Agencia de Viajes y Turismo

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	10	33 %
02	Bien	20	67 %
03	Regular	00	0 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 4: El egresado conoce la estructura política – administrativa de una Agencia de Viajes y Turismo

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	14	47 %
02	Bien	16	53 %
03	Regular	00	0 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 5: El egresado tiene la capacidad de convertir un problema empírico en un tema de oportunidad

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	05	17 %
02	Bien	14	47 %
03	Regular	10	33 %
04	Deficiente	01	3 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 6: El egresado demuestra clara orientación de servicio al cliente y se relaciona de manera eficiente con los mismos

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	11	37 %
02	Bien	15	50 %
03	Regular	04	13 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 7: El egresado aplica estrategias que permitan gestionar el desarrollo de la empresa:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	06	20 %
02	Bien	18	60 %
03	Regular	06	20 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 8: El egresado maneja diferentes técnicas comunicacionales que le permite establecer buenas interrelaciones con el cliente:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	11	37 %
02	Bien	15	50 %
03	Regular	04	13 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 9: El egresado domina el inglés, tanto en forma oral y escrita

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	04	37 %
02	Bien	18	50 %
03	Regular	08	13 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 10: El egresado domina otros idiomas extranjeros (francés, portugués, italiano, alemán, entre otros) a nivel avanzado, tanto en forma oral y escrita:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	00	0 %
02	Bien	05	17 %
03	Regular	12	40 %
04	Deficiente	12	40 %
05	Nulo	01	3 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 11: El egresado conoce y gestiona destinos turísticos, formulando circuitos, programas e itinerarios turísticos:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	05	17 %
02	Bien	22	73 %
03	Regular	03	10 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 12: El egresado conoce el procedimiento operativo del ámbito de una Agencia de Viajes y Turismo:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	08	27 %
02	Bien	21	70 %
03	Regular	01	3 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 13: El egresado utiliza las tecnologías de información y comunicación en la empresa

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	08	27 %
02	Bien	19	63 %
03	Regular	03	10 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 14: El egresado está en la capacidad de trabajar a presión, frente a cualquier imprevisto:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	14	47 %
02	Bien	11	37 %
03	Regular	05	16 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100 %

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 15: El egresado de la UNA Puno, en su desempeño laboral durante todo este tiempo ha sido:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	14	47 %
02	Bien	14	47 %
03	Regular	02	6 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 16: El egresado respecto a las tareas asignadas en las áreas las cumple de manera:

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	16	54 %
02	Bien	13	43 %
03	Regular	01	3 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 17: El egresado demuestra interés en capacitarse, superarse dentro y fuera de la empresa

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	06	20 %
02	Bien	17	57 %
03	Regular	07	23 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 18: El egresado aporta con ideas creativas que benefician a la empresa

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	07	23 %
02	Bien	18	60 %
03	Regular	05	17 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 19: El egresado demuestra una actitud positiva y se proyecta a nivel personal y profesional

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	14	47 %
02	Bien	10	33 %
03	Regular	06	20 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 20: El egresado cumple las políticas internas de la empresa y se desenvuelve adecuadamente

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	16	54 %
02	Bien	12	40 %
03	Regular	02	6 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 21: El egresado tiene autocontrol en situaciones complicadas

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	07	23 %
02	Bien	14	47 %
03	Regular	09	30 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 22: El egresado demuestra creatividad para el desarrollo adecuado de sus tareas y/o actividades

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	11	37 %
02	Bien	18	60 %
03	Regular	01	3 %
04	Deficiente	00	0 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.

Tabla 23: El egresado frente a una situación inesperada controla el estrés generado

Categorías		Frecuencia	Porcentaje
01	Muy Bien	06	20 %
02	Bien	14	47 %
03	Regular	09	30 %
04	Deficiente	01	3 %
05	Nulo	00	0 %
	Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia, según encuestas 2017.