



# Universidad de Ciencias Comerciales

Coordinación de Administración de Empresas Turística y Hotelera

“Inserción laboral y profesional de los egresados de la carrera de Turismo con título de Licenciatura en Administración de Empresas Turística y Hotelera de las Universidades UNIVALLE, UCC, UCYT, UNICIT, ULAM y UAC en el II semestre del 2016.”.

## MONOGRAFÍA

Para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas Turística y Hotelera

Autor:

Solange Vanessa Jarquín Sandoval

Tutores:

Msc. Rey Y. Espinoza (UCC-AETH) –Tutor Técnico-

Msc. Silvio Jarquín Z. (UCC-FCA) –Tutor Metodológico-

Managua, Nicaragua

Diciembre 2016

*“Buenos líderes primero deben ser buenos servidores” Robert Greenleaf.*

“Inserción laboral y profesional de los egresados de la carrera de Turismo con título de Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hotelera de las Universidades UNIVALLE, UCC, UCYT, UNICIT, ULAM Y UAC en el II semestre del 2016”

## **Dedicatoria**

*A mis padres, por su amor incondicional en toda mi vida.*

## **Agradecimiento**

En el presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a Dios ser maravilloso que me brindó fuerza y fe para creer en lo que me parecía imposible terminar.

A mis padres, fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida y más aún en mis duros años de carrera profesional, en especial quiero expresar mis más grandes agradecimientos a mi madre por su confianza y apoyo brindado, demostrándome su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos; a mi padre por su ejemplo de perseverancia y constancia que lo caracterizan, y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Agradezco a los docentes de la carrera y asesores que me inspiraron en cada momento de mi aprendizaje, muchos de ellos considerados como mis mentores.

A todas las personas que estuvieron apoyándome desde lo lejos, por medio de su motivación, consejos y buenos deseos.

A los futuros profesionales del turismo que me apoyaron proporcionando información y tiempo, les deseo los mejores éxitos en su transición profesional y a los decanos y coordinadores de la carrera de turismo por abrirme las puertas de sus Alma Mater.

# Índice

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>4</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>8</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>II. ANTECEDENTES</b> .....	<b>10</b>
<b>III. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>13</b>
<b>IV. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>14</b>
<b>V. OBJETIVOS</b> .....	<b>15</b>
5.1. <i>Objetivo General</i> .....	15
5.2. <i>Objetivos Específicos</i> .....	15
<b>VI. HIPÓTESIS Y VARIABLES</b> .....	<b>16</b>
6.1. <i>Hipótesis</i> .....	16
6.2. <i>Operacionalización de variables</i> .....	17
<b>VII. MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>20</b>
7.1. <i>Tipo de investigación</i> .....	20
7.2. <i>Universo y muestra</i> .....	21
7.3. <i>Métodos e instrumentos para la recolección de datos</i> .....	22
7.3.1. <i>Cuestionario</i> .....	22
7.3.2. <i>Entrevista</i> .....	22
7.4. <i>Plan de tabulación</i> .....	22
<b>VIII. NARRATIVA POR CAPITULO</b> .....	<b>23</b>
<b>IX. CAPITULADO</b> .....	<b>24</b>
9.1. <i>Capítulo 1: Conceptos básicos sobre inserción laboral</i> .....	24
9.1.1. <i>Modelos Explicativos de la Inserción socio-laboral</i> .....	26
9.1.1.1. <i>Modelo Neoclásico</i> .....	29
9.1.1.2. <i>Teoría del Capital Humano</i> .....	30
9.1.1.3. <i>Teorías Credencialistas</i> .....	30
9.1.1.4. <i>Teorías de Base Marxista</i> .....	31
9.1.1.5. <i>Perspectiva Estructural del Mercado de Trabajo</i> .....	31
9.1.1.6. <i>Teorías Cognitivas</i> .....	32
9.1.1.7. <i>Modelos Integrales</i> .....	33
9.1.2. <i>Sobrecualificación un fenómeno presente en la inserción laboral</i> .....	34
9.1.3. <i>Diagnostico en la inserción laboral</i> .....	35
9.2. <i>Capítulo 2: Conceptos y definiciones básicas del turismo</i> .....	40
9.3. <i>Capítulo 3: Situación actual del turismo Internacional y en Nicaragua</i> .....	43
9.3.1. <i>Panorama del Turismo Internacional</i> .....	43
9.3.2. <i>Panorama del Turismo Nacional</i> .....	48
9.4. <i>Capítulo 4: Cualidades requeridas para los profesionales en turismo según las características del mercado laboral</i> .....	49
9.4.1. <i>Importancia del capital humano en el sector turístico y características del sector servicio</i> .....	49
9.4.2. <i>Mercado de trabajo en el sector turístico</i> .....	51
9.5. <i>Capítulo 5: La educación en el turismo y presentación de las universidades que imparten la carrera de turismo</i> .....	58
9.5.1. <i>Educación en el turismo</i> .....	58
9.5.2. <i>Universidades con perfiles turísticos</i> .....	59
9.6. <i>Capítulo 6: Situación del mercado laboral en Nicaragua con énfasis en los jóvenes</i> .....	63
9.7. <i>Capítulo 7: Principales hallazgos del estudio</i> .....	69
9.7.1. <i>Análisis comparativo de los planes de estudio de las universidades en las que se realizó el estudio</i> .....	69
9.7.2. <i>Resultados y análisis</i> .....	71
9.7.2.1. <i>Análisis del cuestionario dirigido a los egresados</i> .....	72
9.7.2.2. <i>Análisis a las entrevistas realizadas a decanos y/o coordinadores de carrera</i> .....	90
9.7.2.3. <i>Análisis a las entrevistas realizadas a representantes de RRHH del sector turístico</i> .....	93
<b>X. CONCLUSIONES</b> .....	<b>95</b>
<b>XI. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>98</b>
<b>XII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>99</b>
<b>XIII. ANEXOS</b> .....	<b>101</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1: Registro de títulos por carrera en base a La Gaceta .....	28
Tabla 2: Listado de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas. ....	41
Tabla 3: Universidades en las que se realizó el estudio. ....	60
Tabla 4: Análisis comparativo de las universidades. ....	69
Tabla 5: Análisis comparativa de entrevistas a representantes de RRHH. ....	94

## Índice de Esquemas

Esquema 1: Modelo heurístico de los factores relacionados con el proceso de inserción.....	36
Esquema 2 Modelo Integral de Exploración Profesional .....	38
Esquema 3: Niveles de responsabilidad en las organizaciones turísticas. ....	57

## Índice de Gráficos

Gráfico 1: Turismo receptor por motivo de visita .....	44
Gráfico 2: Tasas de jóvenes que ni estudian ni trabajan. ....	66

## Gráfico resultado de cuestionario

Resultado de cuestionario 1: Edad. ....	72
Resultado de cuestionario 2: Sexo .....	72
Resultado de cuestionario 3: Alma Mater .....	73
Resultado de cuestionario 4: Inicio de estudios .....	73
Resultado de cuestionario 5: Finalización de estudios .....	74
Resultado de cuestionario 6: Forma de titulación .....	74
Resultado de cuestionario 7: Empleo formal .....	75
Resultado de cuestionario 8: Situación Laboral .....	75
Resultado de cuestionario 9: Trabajando en el sector .....	76
Resultado de cuestionario 10: Ámbito Turístico .....	76
Resultado de cuestionario 11: Cargo ocupado .....	77
Resultado de cuestionario 12: Antigüedad en el empleo.....	77
Resultado de cuestionario 13: Satisfacción Laboral.....	78
Resultado de cuestionario 14: Tipo de contratación .....	78
Resultado de cuestionario 15: Tipo de empleador .....	78
Resultado de cuestionario 16: Tiempo para encontrar empleo.....	79
Resultado de cuestionario 17: Salario .....	79
Resultado de cuestionario 18: Buscando empleo .....	80
Resultado de cuestionario 19: Tiempo buscando empleo .....	80
Resultado de cuestionario 20: Factores de desempleo .....	81
Resultado de cuestionario 21: Otros estudios realizados .....	81
Resultado de cuestionario 22: Motivo de ampliar estudios.....	82
Resultado de cuestionario 23: Grado de aprendizaje .....	82
Resultado de cuestionario 24: Contenidos .....	82
Resultado de cuestionario 25: Prácticas .....	83
Resultado de cuestionario 26: Facilidad de inserción laboral .....	83
Resultado de cuestionario 27: Duración.....	84
Resultado de cuestionario 28: Cantidad de tiempo y energía empleados.....	84
Resultado de cuestionario 29: inglés.....	85
Resultado de cuestionario 30: francés.....	85

Resultado de cuestionario 31: portugués Gráfico 31.1.....	85
Resultado de cuestionario 32: Inversión .....	86
Resultado de cuestionario 33: Competencias adquiridas .....	86
Resultado de cuestionario 34: Valor agregado.....	86
Resultado de cuestionario 35: Competencia .....	87
Resultado de cuestionario 36: Métodos utilizados .....	87
Resultado de cuestionario 37: Factores que facilitan la inserción laboral.....	88
Resultado de cuestionario 38: Dificultan la obtención de empleo .....	88
Resultado de cuestionario 39: Expectativa profesional.....	89
Resultado de cuestionario 40: Competencias buscadas.....	89

### Índice de Anexos

Anexo 1: Valor de las exportaciones en turismo año 2015 .....	101
Anexo 2: Cifras de llegadas de turistas e ingresos por turismo internacional .....	101
Anexo 3: Llegada de turistas internacionales por región de origen .....	102
Anexo 4: Previsiones de ingresos por turismo .....	102
Anexo 5: Proyecciones y tendencia del turismo por regiones de 1950-2030.....	103
Anexo 6: Turismo: Viajeros e ingresos por viaje.....	103
Anexo 7: Gráfica de turistas por región de origen. ....	104
Anexo 8: Diferencias entre industrias manufactureras y de servicios.....	104
Anexo 9: Factores que inciden en los trabajadores. ....	105
Anexo 10: Plan de Estudio UAC .....	106
Anexo 11: Plan de Estudio UCC.....	107
Anexo 12: Plan de Estudio UNICIT .....	108
Anexo 13: Plan de Estudio UNIVALLE .....	109
Anexo 14: Plan de Estudio UCYT .....	110
Anexo 15: Plan de Estudio ULAM .....	111
Anexo 16: Carta de solicitud de información.....	112
Anexo 17: Cuestionario sobre inserción laboral .....	113
Anexo 18: Cuestionario sobre inserción laboral .....	114
Anexo 19: Cuestionario sobre inserción laboral .....	115
Anexo 20: Cuestionario sobre inserción laboral .....	116
Anexo 21: Cuestionario sobre inserción laboral .....	117
Anexo 22: Cuestionario sobre inserción laboral .....	118
Anexo 23: Cuestionario sobre inserción laboral .....	119
Anexo 24: Cuestionario sobre inserción laboral .....	120
Anexo 25: Entrevista sobre inserción laboral a decanos y/o coordinadores de carrera.....	121
Anexo 26: Entrevista sobre inserción laboral a representantes de RRHH. ....	122
Anexo 27: Visita en UAC .....	123
Anexo 28: Visita en UAC-Recorrido .....	123
Anexo 29: Entrevista a Lic. William Cisneros.....	124
Anexo 30: Entrevista a Ing. Harold Ríos .....	125
Anexo 31: Entrevista a Sr. Guillermo Pérez .....	126

## Resumen

A lo largo de las décadas se ha estudiado la inserción laboral y en específico de los universitarios siendo objeto de interés y debate por los investigadores, el concepto de transición al trabajo se define como un proceso amplio, en el cual coinciden procesos de cualificación profesional y de madurez personal, condicionados por la estructura formativa y laboral.

Se presenta a continuación un estudio exploratorio con alcance transversal y carácter descriptivo de los egresados de la carrera de turismo en el segundo semestre del año 2016 donde se incluyeron seis universidades privadas de la ciudad de Managua.

En los estudiados se encontró que un 45% está buscando su primer empleo y el 64% de ellos se sienten algo competentes para el mercado laboral. Además, que un 54% de los participantes tiene pensado emprender un negocio propio, un 23% prefiere una inserción laboral con referencia a sus estudios, el 15% decide estabilidad en una misma empresa y 8% selecciona cambiar de trabajo en busca de experiencia diversificada.

Finalmente, se analiza el mercado laboral turístico como multifacético por tal razón, el egresado en turismo debe estar en constante aprendizaje y, que entre los requerimientos más importantes para los representantes de recursos humanos están el deseo de trabajar, aprender y superarse, el tener dominio de idiomas y en especial inglés, tener carisma, ser puntual, poseer espíritu de servicio y complementarlo con una agradable sonrisa.

*Palabras claves: Inserción laboral, primer empleo, egresados de turismo, mercado laboral turístico.*

## Abstract

Over the decades has studied the inclusion of labour and specific college students being object of interest and debate by the researchers, the concept of transition to work is defined as a long process, in which match processes of professional qualification and personal maturity, conditioned by formative and occupational structure.

Below an exploratory study with transverse scope and descriptive of the graduates of the career of tourism in the second half of the year 2016 where we included six private universities of the city of Managua.

In the studied, we found that 45% are looking for their first job and 64% of them feels something relevant to the labour market. In addition, that 54% of the participants plans to start their own business, 23% prefer a job placement with reference to his studies, 15% decides stability at the enterprise and 8% select change jobs in search of diversified experience

Finally, the tourism labour market as multifaceted is analyzed for this reason, graduates in tourism must be in constant learning and that among the most important requirements for representatives of human resources are the desire to work, learn and overcome, having mastery of languages, especially English, have charisma, be punctual, possess a spirit of service and complement it with a pleasant smile.

*Key words: insertion, first employment, graduates of tourism, tourism labour market.*



## **I. Introducción**

La presente investigación hace referencia a la inserción laboral de egresados en turismo, que podemos definir como un proceso transitorio, que se inicia en el trayecto formativo, en el que el estudiante da forma a su currículum, gesta actitudes y comportamientos, elabora estrategias y toma decisiones y que finaliza, más allá del acceso al primer empleo, con la consolidación de la trayectoria laboral.

A lo largo de las décadas se ha estudiado el proceso de inserción laboral por su complejidad e influencia en múltiples factores. La naturaleza de este estudio es conocer el proceso por el cual transitan los egresados, cuanto tiempo les toma la búsqueda, que tipo de empleo logran adquirir al final del proceso, analizar el perfil de profesionales que buscan los jefes de capital humano de las empresas turísticas, cuántos de los egresados surgen con espíritu empresarial y cuántos de ellos fracasan en el intento conformándose con empleos por debajo de sus cualificaciones.

El interés que motiva a realizar este trabajo, es la falta de documentación nacional sobre el tema en cuestión, además, del gran auge que tiene la práctica del turismo en todo el país y el mundo y, la gran importancia que tendrá el trabajo como guía a universitarios que deseen insertarse en el mercado laboral turístico.

Si bien desde un punto de vista académico, se centra en aportar datos estadísticos sobre la temática, también se abarca un ámbito profesional, haciendo hincapié en el contexto social.

Para comprobar la veracidad de los datos proporcionados se realizó un cuestionario a los egresados de la carrera de turismo, entrevistas a decanos y/o coordinadores de la carrera de turismo, así como a representantes de RRHH del sector para obtener conclusiones y recomendaciones que ayuden a los egresados en su transición profesional.

## II. Antecedentes

En los últimos años, los profesionales alrededor del mundo han realizado investigaciones sobre inserción laboral en universitarios utilizando diversos métodos como herramientas metodológicas para el estudio del proceso de inserción. Entre los estudios realizados de carácter internacional se pueden mencionar *el Informe Anual de la OECD* (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) denominado *Education at a Glance* (Panorama de la Educación), el cual presenta todos los años una extensa recopilación de estadísticas e indicadores del sistema educativo de 34 Estados Miembros que agrupan a los países más desarrollados del mundo y otros asociados. El Informe analiza la evolución de los diferentes sistemas educativos, su financiación y el impacto de la formación en el mercado de trabajo y en la economía. *Education at a Glance 2015* corresponde al año académico 2012-13, y no a la situación actual pero permite realizar comparación con los sistemas educativos de los países analizados. El documento se divide en tres capítulos, el primero está enfocado en la “Expansión de la educación y los resultados educativos”, la formación de la población adulta y su evolución, el contraste entre el nivel educativo alcanzado por la población joven y el de la población adulta, tasa de matriculación y de graduación, distribución de los graduados por campo educativo con especial referencia al campo científico-tecnológico y movilidad internacional de los estudiantes en educación terciaria. El segundo es denominado “Educación, mercado laboral y financiación educativa” se analiza la educación y el empleo, con especial referencia a las preocupaciones actuales: la transición de la enseñanza al mercado laboral, al igual, que la relación entre el nivel educativo, las tasas de empleo, los salarios y las diferencias entre hombre y mujeres. Se profundizan los beneficios sociales positivos desde aspectos como la salud, la participación en actividades de voluntariado, confianza interpersonal y la eficacia política. Además, de conocer el gasto en educación en relación con el PIB (Producto Interno Bruto) y con el gasto público, tanto en España como en la OEDC y en la Unión Europea (UE). El tercero lleva por nombre “El entorno de los centros y el aprendizaje” consiste en analizar las horas de clase del alumnado, en comparación con las de otros países, el ratio alumnos/profesor, la media de alumnos por clase y el tamaño estimado de las clases, los salarios del profesorado, vida laboral, claves de distribución de los recursos financieros asignados a la educación, por último, los mecanismo más importantes de las evaluaciones externas del sistema educativo.

Continuando con estudios de inserción laboral encontramos el *Proyecto CHEERS: Career After High Education a European Research Study*, llevado a cabo en el año 1999 a 40 000 graduados en el ciclo 1994-95, es una iniciativa de investigadores de 12 países entre ellos España, para estudiar la situación laboral de los jóvenes graduados de enseñanza superior. Según, los resultados obtenidos de las encuestas se lograron conocer las motivaciones de los graduados, la calidad de enseñanza, los procesos de inserción laboral, la compatibilidad entre las competencias adquiridas y las requeridas por el puesto de trabajo.

Encontramos como sucesor del proyecto anterior, al *Proyecto REFLEX “El profesional flexible en la sociedad del conocimiento: Nuevas exigencias en la educación superior”*, se estableció como una iniciativa que forma parte del 6to Programa Marco de la Unión Europea

del cual se puede hacer una comparativa de los 13 países participantes el cual analiza la inserción laboral de los titulados universitarios. Los datos recopilados proceden de una encuesta realizada 5 años después de acabados sus estudios, a universitarios europeos graduados en el curso 1999-2000. Se encuestó alrededor de 40 000 egresados en toda Europa y aproximadamente 5 500 en España. El proyecto REFLEX intenta dar respuesta a 3 cuestionamientos; que competencias requieren los graduados en educación superior para integrarse en la sociedad del conocimiento, que papel desempeñan las universidades en el desarrollo de dichas competencias, cual es el grado de consecución de las expectativas de los graduados con sus trabajos y de qué forma pueden resolverse los desajustes entre sus expectativas y las características de su trabajo.

Extendiendo la recopilación de estudios anteriores hasta la presente investigación se puede hacer mención del *Proyecto ALFA PROFLEX “El profesional flexible en la sociedad del conocimiento”* en 2010 que es heredero del *Proyecto REFLEX “El profesional flexible en la sociedad del conocimiento: Nuevas exigencias en la educación superior”*, cofinanciado por la Unión Europea y las universidades europeas y latinoamericanas pertenecientes al proyecto y compuesta por once países. El proyecto utilizó una encuesta dirigida a los egresados latinoamericanos en la que se les preguntaba sobre su visión de la universidad y el mundo laboral 5 años después de haber finalizado sus estudios, se obtuvo una base de datos de aproximadamente 10 000 egresados latinoamericanos sobre sus trayectorias educativas y profesionales. La existencia de ambos proyectos permite realizar comparaciones entre los resultados latinoamericanos y europeos.

Otros estudios de gran importancia sobre inserción laboral son los realizados por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie) y la Fundación Bancaja que desde hace 16 años motivados por el problema que plantea la incorporación al mercado de trabajo de los jóvenes decidieron poner en marcha el Observatorio de Inserción Laboral de los Jóvenes Bancaja-Ivie con el objetivo de analizar los patrones que aparecen en el proceso de aproximación de este colectivo al mercado laboral. Además, el Observatorio estudia de forma simultánea la vertiente laboral y psicosocial del proceso de inserción de los jóvenes en el mercado laboral. El más reciente de sus trabajos publicados en la web es el tema de *Crisis Económica e Inserción Laboral de Jóvenes 2011* del cual se encuestaron a 2 000 jóvenes de toda España, el informe presenta el diseño muestral realizado y las principales características de la muestra, un análisis de los resultados sobre la formación y el empleo de los jóvenes, los resultados sobre las valoraciones y experiencias de los jóvenes en el mercado laboral y por último las conclusiones y principales reflexiones sobre los resultados obtenidos.

Adentrando más en materia, la Universidad Nacional de Santiago del Estero Argentina en 2013 en la 11° Jornada Regional de Economía y Sociedad presentó el tema de *“Educación y turismo”*, la investigación estudia la relación entre el sector educación y el turismo como actividad económica, considerando las propuestas educativas que se brindan a nivel nacional como herramienta de mejora de trabajo de las personas y de la competitividad de las empresas y organizaciones turísticas. De forma puntual, la investigación aborda inicialmente la educación en la formación turística actual que presenta el sistema educativo formal, seguido

de la oferta y demanda de formación turística en la provincia de Catamarca y finalmente las competencias laborales y la inserción de profesionales en la actividad turística privada.

Siguiendo la línea de investigaciones, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) llevo a cabo en 2004 el *Libro Blanco Título de Grado en Turismo* analiza a fondo los estudios de turismo en universidades españolas para crear una propuesta que permita adaptar dichos estudios a los parámetros que marca la convergencia hacia los nuevos Espacios Europeos de Enseñanza Superior (EEES). La coordinación del proyecto ha sido llevada a cabo por la Universidad de Girona, el proyecto presenta numerosos aspectos en el diseño de un modelo de título de grado analizando los estudios correspondientes o afines en Europa, las características de la titulación europea, estudios de inserción laboral de los titulados durante el último quinquenio, por último, perfiles y competencias profesionales.

En Nicaragua, las investigaciones con mayor relevancia sobre inserción laboral han sido realizadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social (FUNIDES) ambas presentadas en Mayo y Octubre del 2014 respectivamente.

La investigación realizada por el PNUD se denomina *Inserción Laboral, Brechas de Ingresos y Segmentación en el Mercado de Trabajo de Nicaragua: Un Enfoque de Género*, el cual consiste en un proceso analítico para conocer las tendencias del mercado laboral con el fin de promover el desarrollo humano del país, conocer la inserción laboral que viven las mujeres y hombres, las brechas de ingresos y segmentación por sexo, el desajuste por cualificación y penalización salarial por maternidad. El análisis se obtuvo por medio de encuestas continuas de hogares, realizadas por el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) entre 2009-2012 donde se logró identificar elementos de las brechas en el ingreso por trabajo de las mujeres respecto a los hombres.

Por otro lado, la investigación realizada por FUNIDES nombrada *Competencias que demandan los empleadores en Nicaragua y la inserción laboral de los egresados universitarios* por el economista Hauke Maas, aborda temas como el panorama de la educación superior en Nicaragua, el retorno de la educación, competencias que demandan las empresas y los resultados preliminares de las encuestas realizadas a egresados proporcionando información relevante para la presente investigación.

### **III. Problema de investigación**

¿Cuál es el efecto de la inserción laboral en los egresados de la carrera de administración de empresas turísticas y hoteleras de Managua en el segundo semestre del 2016, cuál es la perspectiva de los representantes de RR.HH. de las empresas turísticas y cuál es la influencia de las Universidades a los egresados en el proceso de inserción laboral y profesional?

#### **IV. Justificación**

A lo largo de las décadas se ha estudiado el proceso de inserción laboral y en específico la de los universitarios siendo objeto de interés y debate por los investigadores. Este interés, se ha generado en paralelo a la creciente dificultad de su logro principalmente en los jóvenes. La complejidad del proceso de inserción procede de la influencia de múltiples factores, así como la creciente diversidad de formas que puede tomar, lográndose generar trayectorias profesionales diferenciadas.

Hoy en día, en Nicaragua encontramos alrededor de 15 universidades que ofrecen la licenciatura en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y similares que año con año egresan a profesionales del Turismo, en la presente investigación se pretende estudiar la inserción laboral de los profesionales en Turismo, siendo esta actividad económica una de las que produce mayores ingresos anualmente al país, contando con 1 456 189 visitantes internacionales y una tasa de creciendo del 4.3% por las llegadas de turistas con relación al año 2014. INTUR (2015)

La naturaleza de este estudio es conocer el esencial proceso por el cual transitan los profesionales, cuanto tiempo les toma la búsqueda y que tipo de empleo logran adquirir al final del proceso, determinar que déficit presentan los profesionales después de que salen de las aulas de clases, las aptitudes y actitudes que deberían de desarrollar, además analizar el perfil de profesionales que buscan los jefes de capital humano de las empresas empleadoras, cuántos de los profesionales surgen con espíritu empresarial y cuántos de ellos fracasan en el intento conformándose con empleos por debajo de sus cualificaciones, al final recopilando toda la información se formulara una serie de propuestas creativas para solucionar y disminuir las dificultades presentadas a lo largo del proceso apoyando directamente al profesional orientando e informando con enfoque y convicción.

## **V. Objetivos**

### **5.1.Objetivo General.**

- 1) Compilar como los graduados de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de las universidades UNIVALLE, UCC, UCYT, UNICIT, ULAM, UAC se preparan y viven el proceso de inserción laboral y profesional.

### **5.2.Objetivos Específicos.**

- 1) Identificar como se perfilan laboral y profesionalmente los graduados de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de las Universidades UNIVALLE, UCC, UCYT, UNICIT, ULAM y UAC.
- 2) Establecer cuál es la opinión actual de los RRHH de las empresas sobre los nuevos profesionales en Turismo, y qué es lo que el mercado laboral y profesional realmente necesita para mejorar y elevar los estándares de calidad y servicio.
- 3) Determinar cuál es la perspectiva de los nuevos profesionales en Turismo, qué es lo que ellos esperan de esta transición, qué es lo que piensan al respecto y cómo se ven proyectados en el futuro laboral y profesional.

## **VI. Hipótesis y variables**

### **6.1.Hipótesis.**

#### H.O.G.

Los graduados de la carrera de administración de empresas turísticas y hoteleras de las universidades de Managua del segundo semestre viven el proceso de inserción laboral con complicaciones y problemas para encontrar su primer empleo en empresas con afinidad a su carrera.

#### H.O.E.1.

Los profesionales de la carrera de administración de empresas turísticas y hoteleras se perfilan en su mayoría en puestos laborales en hoteles.

#### H.O.E.2.

Los representantes de RR.HH. y el mercado laboral en el sector turismo necesitan que los nuevos profesionales tengan competencias socioemocionales.

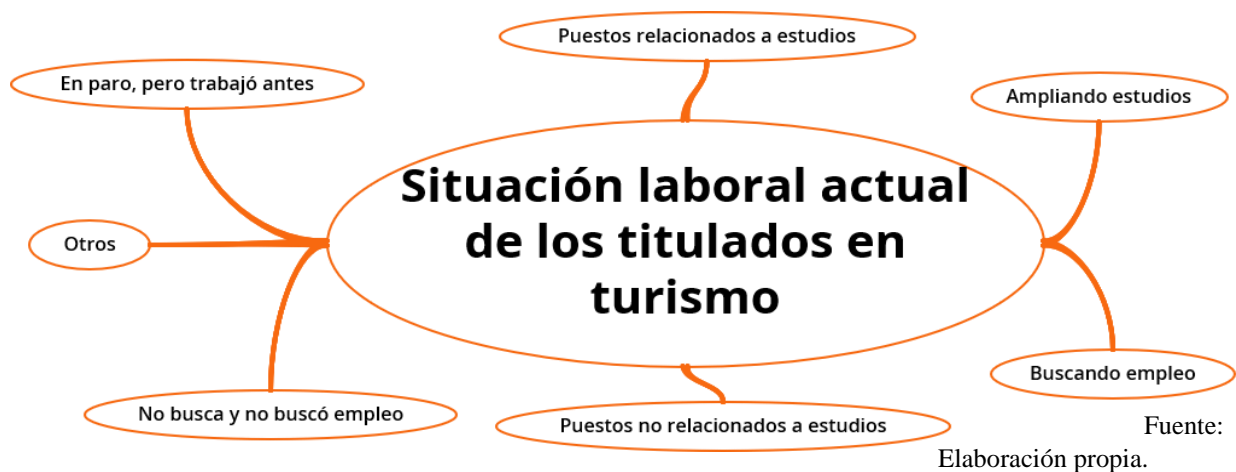
#### H.O.E.3.

Empleos a fines a su carrera, inserción rápida al mercado laboral y crecimiento profesional positivo son las expectativas de los graduados de la carrera de Administración de empresas turísticas y hoteleras.



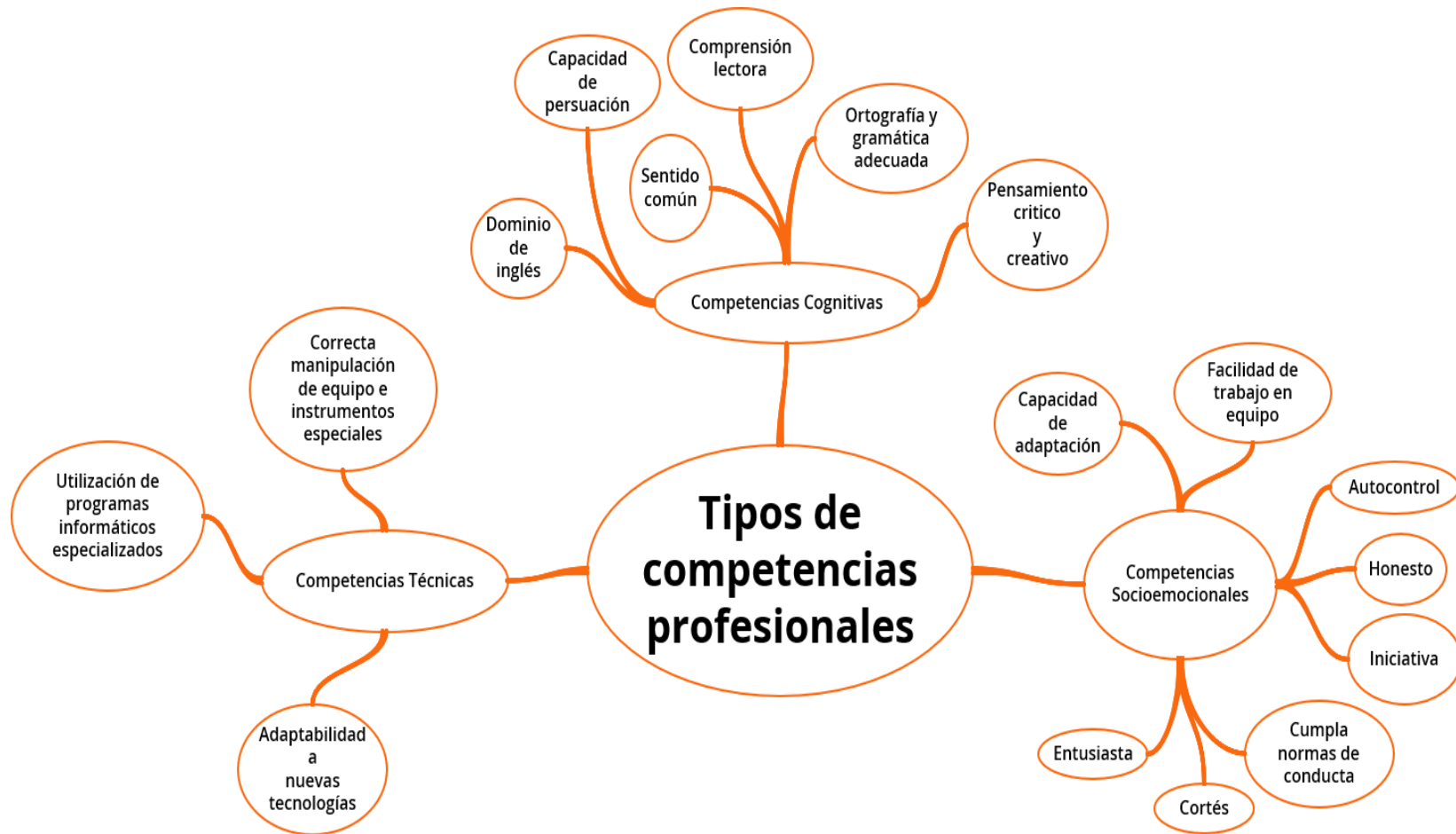
## 6.2. Operacionalización de variables.

### V.H.O.G.



### V.H.O.E.1.







Fuente: Elaboración propia

## VII. Marco Metodológico

### 7.1. Tipo de investigación.

El presente trabajo obedece una investigación de tipo exploratorio, el cual procura conocer con más amplitud la esencia del problema, por lo que se recurre a una combinación de fuentes secundarias y alguna información primaria a pequeña escala. La investigación exploratoria sirve como antecedentes o preparación a otras investigaciones. Su objetivo es examinar un tema poco estudiado o que no se ha estudiado aún.

Dicha investigación es una actividad que explora las hipótesis que intuitivamente se formulan en el análisis de la situación. Las hipótesis pueden ser modificadas o desechadas, así como se pueden agregar otras. El propósito es definir cuales hipótesis son merecedoras de investigación concluyente.

☞ *La presente investigación según su finalidad se clasifica en:*

Básica (Pura) considerada aquella que busca ampliar los límites del conocimiento que se tienen.

☞ *Según el alcance temporal:*

Estudio transversal-sincrónicos- estudian aspectos de desarrollo de los sujetos o fenómenos en observación en un momento dado.

☞ *Según la profundidad u objetivo:*

Exploratoria, ya que es una investigación que se realiza para obtener un primer conocimiento de una situación, para luego realizar una posterior más profunda, por eso se dice que tiene un carácter provisional.

☞ *Según el carácter de la medida:*

Descriptiva porque estudia el fenómeno tal y como aparece en el presente, en el momento de realizar la investigación. Incluye gran variedad de estudios cuyo objetivo es describir los fenómenos.

#### *Enfoque de la investigación*

La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, es *cualitativa* porque centra su búsqueda en lo conceptual, en la naturaleza de los problemas o en la forma de cómo se manifiestan.

Por su naturaleza, los estudios exploratorios se enfocan hacia la definición de los problemas, a la búsqueda de hipótesis, a la generación de nuevos conceptos o a la realización de pruebas previas para afrontar estudios estructurados.

Es *cuantitativa* porque tiene la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Además, de utilizar técnicas estadísticas en el análisis de datos y generalizar los resultados. Se parte de constructos hipotéticos para explicar ciertos fenómenos.

☞ *Según el marco en que tiene lugar:*

De campo o sobre el terreno: Son estudios que se realizan en situaciones naturales y que permiten con mayor libertad generalizar los resultados a situaciones afines. No permiten un riguroso control como en el laboratorio.

## 7.2. Universo y muestra.

El *universo* está compuesto por los egresados de la carrera de administración de empresas turísticas y hoteleras y administración turísticas y hotelera en el segundo semestre del 2016 de las siguientes universidades de Managua: UAC (2), UCC (9), UCYT (dato no proporcionado), UNICIT (dato no proporcionado), ULAM (dato no proporcionado) y UNIVALLE (dato no proporcionado). Para la obtención del universo se solicitó a la facultad de turismo de UCC, cartas pidiendo autorización para proporcionar información a las diferentes universidades en estudio. (Ver anexo 16).

### *Marco muestral*

La posterior formula es la que se utilizó para delimitar la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \times (P) \times (Q) \times N}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times P \times Q}$$

N=Universo

P=0.50

Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio

Q=0.50

Proporción de individuos que no poseen la característica de estudio

$e^2=0.05$

Error muestral deseado

$Z^2=1.96$

Nivel de confianza

$$n = \frac{(1.96)^2 \times \{(0.50) \times (0.50)\} \times 11}{(11 - 1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times \{(0.50) \times (0.50)\}}$$

$$n = \frac{(3.8416) \times (0.25) \times 11}{(10) \times (0.0025) + \{(3.8416) \times (0.25)\}}$$

$$n = \frac{(0.9604) \times (11)}{(10) \times (0.0025) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(10.5644)}{(0.025) + (0.9629)}$$

$$n = \frac{(10.5644)}{0.9879}$$

$$n = 11$$

La muestra aplicada en la investigación, es una muestra no probabilística ya que la selección de los elemento no depende de la probabilidad, sino de otras causas relacionadas con el investigador. Las muestras no probabilísticas o muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección informal y hasta arbitraria.

### **7.3.Métodos e instrumentos para la recolección de datos.**

El proceso metodológico utilizado para la realización de esta investigación parte de la recopilación de manera directa de los datos necesarios para poder cumplir con los objetivos marcados. Se ha trabajado con fuentes de información primaria y secundaria y la técnica de obtención de información elegidos son la entrevista no estructurada ya que es flexible y abierta, además que es muy útil en estudios descriptivos y en la fase de exploración, y el cuestionario estructurado ya que resulta más rápida y económica, con un alto índice de respuestas.

#### *7.3.1. Cuestionario.*

(Ver anexo 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24)

#### *7.3.2. Entrevista.*

- ☛ Entrevista a decanos y/o coordinadores de la carrera de turismo

(Ver anexo 25)

- ☛ Entrevista a representantes de RRHH

(Ver anexo 26)

### **7.4.Plan de tabulación**

Las técnicas utilizadas para el análisis de los resultados han sido la tabulación simple, las cuales han proporcionado información en forma de porcentajes. Por último, se utilizó el programa SPSS como herramienta informática que nos permite tabular la información y analizar los resultados que la investigación proporciona.

## VIII. Narrativa por capítulo

A continuación se presenta una breve reseña de los capítulos contenidos en la actual investigación:

### 🎓 *Conceptos básicos sobre inserción laboral.*

En el primer capítulo se expone una serie de conceptos y definiciones sobre inserción laboral y sus variantes según la literatura, además, se soportan las aseveraciones con siete modelos que explican el fenómeno; se complementa el primer capítulo, con temas como sobrecualificación y diagnóstico en la inserción laboral.

### 🎓 *Conceptos y definiciones básicas del turismo*

Este apartado tiene la intención de introducir al lector en definiciones básicas del turismo para garantizar una mejor comprensión de la industria turística.

### 🎓 *Situación actual del turismo Internacional y Nacional*

El capítulo tres, tiene como fundamento el presentar el panorama del turismo a nivel internacional y nacional, sus estadísticas de crecimiento actual y las proyecciones formuladas por expertos en la materia.

### 🎓 *Cualidades requeridas para los profesionales en turismo según las características del mercado laboral*

El cuarto inciso, aborda la importancia del capital humano en el sector turístico, se presentan las características del mercado laboral, las diversas condiciones laborales en el sector y se detallan los perfiles en los que puede desarrollarse un profesional del turismo.

### 🎓 *La educación en el turismo y presentación de las universidades que imparten la carrera de turismo*

Este capítulo, hace una reseña del papel que juega la educación en el turismo con respecto a la formación y la capacidad productiva, la relevancia de la inversión en la formación de los empleados, los obstáculos para elaborar un sistema de formación estructurado, la cohesión de la formación teórica y práctica, se realiza una reflexión sobre el objetivo final de la formación en turismo y finalmente se presentan los perfiles de las universidades en las cuales se realizó el estudio investigativo.

### 🎓 *Situación del mercado laboral en Nicaragua con énfasis en los jóvenes*

El sexto capitulado, exhibe el panorama del empleo en Nicaragua haciendo hincapié en estadísticas de empleo formal, desempleo juvenil, recopilación de legislación en materia de trabajo, el trabajo como derecho de la juventud, igualdad al trabajo y el contexto actual sobre empleo en los jóvenes.

### 🎓 *Principales hallazgos del estudio*

Finalmente, en el capítulo siete, se conocerán los resultados finales de la investigación, se presenta un análisis comparativo de los planes de estudio de las universidades, los resultados de las encuestas aplicadas a los egresados, la opinión de los Decanos y/o Coordinadores de carrera y cuáles son los principales requerimientos para hacer carrera profesional en el sector turístico según profesionales del área.

## **IX. Capitulado**

### **9.1. Capítulo 1: Conceptos básicos sobre inserción laboral.**

A lo largo de las décadas se ha estudiado el proceso de inserción laboral y en específico de los universitarios siendo objeto de interés y debate por los investigadores por eso conviene aclarar algunos conceptos reflejados en la literatura sobre el tema.

Se ha utilizado el término de “transición” para referirse a un proceso determinado que media entre dos situaciones, en el caso que nos ocupa la transición desde la vida académica a la laboral o incluso la transición como proceso entre dos realidades laborales (Blanch, 1990; Enguita, 1989; Figuera, 1996; Montané, 1993; Super, 1991).

El término inserción es utilizado más comúnmente como elemento puntual dentro de un proceso determinado. Al mismo tiempo se restringe el término laboral para aquellas situaciones en que no hay una cristalización de la carrera profesional, no existe una cualificación que permita el inicio y la continuidad de una carrera profesional; por el contrario cuando existe una determinada cualificación que puede llegar a unas experiencias profesionalizadoras y al desarrollo de itinerarios en una carrera profesional nos estamos refiriendo a inserción profesional (Donoso; 2000).

Comúnmente, se habla de inserción laboral “para referirse al proceso de incorporación a la actividad económica de los individuos” (García Blanco y Gutiérrez Palacios, 1996), por otra parte, hay quien especifica que el propio término de inserción hace referencia a un hecho puntual, pero como resultado de un periodo de “transito” o “proceso previo”, que se denomina “transición”, (Ventura Blanco, 2005). En resumen, la inserción laboral es un hecho en sí, el logro de un trabajo, pero que dadas las características del mercado laboral se requiere de un conjunto de acciones que hagan efectiva esa inserción. No obstante, se podría agregar un aspecto más que complementa el concepto de inserción, éste no implica sólo salir de la situación de desempleo, sino que conlleva una situación de cierta estabilidad o permanencia en una ocupación, de manera que genere cierta autonomía económica y una probabilidad alta de poder mantenerla, (Donoso Vázquez y Figuera Gazo, 2007).

Inserción laboral es un término amplio capaz de abarcar itinerarios formativos profesionalizadores, semicualificados o de baja cualificación, que puede entenderse como el periodo de tiempo en que una persona prepara, busca y se acomoda a una situación laboral. También, se hace referencia a la inserción social como un proceso de logro del estatus de adulto, proceso que está en estrecha relación con la independencia económica y espacial que supone conseguir un empleo. Los estudios de inserción social demuestran que la aceptación de roles demandados por la sociedad y que hacen que una persona pase a integrarse totalmente dentro de ella no pueden ser tratados independientemente de los procesos de inserción laboral (Donoso, 2000)

Inserción socio-laboral es un concepto complejo. El término engloba dos procesos, sobre todo en colectivos especiales (Jurando, 1990), la aceptación y asimilación de los individuos por parte de la comunidad o el medio social, estructurando un sistema que permite tomar parte en la misma con todos los derechos y deberes, e integración



laboral que ve a las personas como fuerza activa de trabajo. Por otra parte, el término va ligado al de exclusión (marginación, vulnerabilidad), identificado como el aparcamiento de la vida social, pérdida o ausencia de autonomía e independencia para conseguir los recursos necesarios, integrarse y participar (García y Figuera, 2000).

La inserción socio-laboral debe entenderse como un proceso más bien transitorio, al menos durante un período de tiempo, un proceso que influye en la calidad de vida de las personas. Por ello, no es de carácter puntual, lineal o determinada, porque no se limita exclusivamente a los aspectos ligados estrictamente con el empleo. Los factores que la facilitan o dificultan proceden esencialmente de: la formación, el ambiente y/o las variables personales (Romero, 1993, Rodríguez, 1998), implicando no solo un cambio de roles sino también de las relaciones, de las rutinas e incluso del propio autoconcepto.

En resumen, el concepto de inserción laboral ha tenido gran aceptación en el marco de empleo. En numerosas ocasiones identificamos la inserción laboral con el logro de una ocupación y es habitual ver una relación directa entre salida del desempleo e inserción. Sin embargo, hoy todos los autores están de acuerdo en señalar el error de esta equivalencia. Como señala Vicens (1999), para que podamos hablar de inserción hace falta una situación relativamente estable de permanencia en la ocupación por cuenta propia o ajena, de manera que se consiga una autonomía económica, con una probabilidad alta de poder mantenerla. Las medidas actuales para el empleo no buscan sólo la ocupación sino la calidad de la inserción como un medio fundamental para incrementar la competitividad de los estados.

El concepto de transición ha tenido una mayor difusión en el contexto de las políticas de formación, que se explica en parte por el gran distanciamiento que existe entre la cultura escolar y la cultura sociolaboral. Pero esta situación le da, a la vez, una dimensión de progreso, desde la adolescencia al mundo y a la vida activa. Desde esta perspectiva el concepto de transición al trabajo se define actualmente como un proceso amplio, en el cual coinciden procesos de cualificación profesional y de madurez personal, condicionados por la estructura formativa y laboral (Casals, 1997, Figuera, 1996). Un proceso que se inicia en el trayecto formativo, en el que el estudiante da forma a su currículum, gesta actitudes y comportamientos, elabora estrategias y toma decisiones; y que finaliza, más allá del acceso al primer empleo, con la consolidación de la trayectoria laboral. Términos como transición a la vida activa, transición escuela-trabajo, forman parte ya del acervo lingüístico común en nuestro entorno (Donoso y Figuera, 2007).

La integración sociolaboral, es uno de los conceptos que ha surgido fruto de la especificidad de contextos de intervención con poblaciones con necesidades educativas especiales o con especiales dificultades de inserción, como los emigrantes, o también las personas con disminución física o mental donde la integración laboral ha sido un elemento clave para la integración social (Jurado, 1990).

El continuo inserción-exclusión. El concepto de inserción suele también definirse en relación con el de exclusión, considerados como excluyentes y a la vez como definitorios de un único proceso. El concepto de exclusión, (como sus homónimos de

marginación o vulnerabilidad) indica el polo más negativo del continuo exclusión-inserción, y es un concepto que se ha identificado con el proceso de aparcamiento de los ámbitos sociales propios de la comunidad en la que se vive, o como una pérdida de autonomía para conseguir los recursos necesarios para vivir, integrarse y participar en la sociedad de la que forma parte (Ballester y Figuera, 2000).

El sistema de transición. Tanto la inserción como la exclusión están relacionadas con la estructura de la sociedad concreta en la que se desarrollan sus dinámicas. La forma en que la sociedad está organizada y estructurada, el desarrollo de los sistemas formales de formación, el papel de las políticas de ocupación, los sistemas de ayuda a las personas que están en este proceso, tienen una influencia significativa en las trayectorias de transición y en el tipo y distribución de las posibilidades o de las dificultades sociales. El concepto de sistema de transición (o inserción según el término), incluye el conjunto de acciones públicas y dispositivos acerca de la transición (Rose, 1987, Casal, 1997).

También es importante señalar la distinción, basada en la diferencia de condiciones en las que se realiza la inserción, entre los que representaría la inserción profesional, como conjunto de procesos por los que el individuo inicia el ejercicio de una actividad profesional estable, que le permite adquirir experiencia y conocimientos necesarios para la realización de sus trayectorias laborales, e inserción laboral, referida a trayectorias precarias, con cambio continuo de oficio, falta de perspectivas y continuas rotaciones que impiden la acumulación de una experiencia especializada que facilite la inserción laboral plena, (Martínez Martín, 2000), Por tanto, la inserción laboral implicaría obtener un empleo sin más valoración de la cualificación del mismo, y la inserción profesional representaría obtener un trabajo relacionado con la especialización profesional y formación obtenida (Ventura Blanco, 2005). A pesar, de considerar esta diferenciación, el término inserción laboral está más generalizado, por lo que lo mantendremos en la investigación.

#### *9.1.1. Modelos Explicativos de la Inserción socio-laboral.*

Los modelos que han intentado aproximarse al fenómeno de la inserción para explicar o predecir este proceso pueden englobarse en dos categorías. Aquellos que surgen de concepciones teóricas sobre cómo y por qué ocurre y aquellos que están derivados de planteamientos empíricos. Los primeros tienen como ventaja representar una globalidad del proceso donde quedan agrupadas todas las variables relevantes, pero como contrapartida necesitan todavía ser experimentados en la práctica. Los modelos de base empírica cuentan en su haber con un análisis de la realidad y por tanto con la consiguiente comprobación de las variables que incluyen, pero presentan como desventaja ser parciales y limitados a contextos ambientales y poblaciones muy específicas. Sin embargo, tanto en unos como en otros se observan tres sistemas en interacción; el demandante de un empleo, o sea el sujeto que quiere acceder a un puesto de trabajo con sus características específicas; el mercado de trabajo, con las características del empleador y de los procesos de

reclutamiento y el flujo entre la oferta y la demanda; y por último, la política económica que establece la legislación en cuanto a contrataciones y características de apoyo al empleo (Blanch, 1990; Enguita, 1989; Figuera, 1996; Montané, 1993; Super, 1991).

A como se citaba anteriormente, la inserción laboral de los universitarios es un proceso complejo que depende de varios factores, tales como los personales dependiendo de las características del individuo, facilidades de organización al trabajo y el tiempo, las habilidades personales, así como, la iniciativa, la planificación, la responsabilidad, capacidad de trabajo en equipo, entre otros, que son determinantes que influirán en el éxito o no de la inserción. En un nivel intermedio, se visualiza la proyección sociolaboral y profesional del título obtenido, puesto que no todas las titulaciones tiene la misma demanda en el mercado de trabajo, además, hay titulaciones con mayores posibilidades de acceso al mercado que otras. En la siguiente tabla (Tabla 1) según FUNIDES (Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social) en base a datos obtenidos por La Gaceta de títulos registrado por carrera entre los años 2003-12, los indicadores refleja que la mayor cantidad de títulos registrados en La Gaceta fue de carreras como administración, contabilidad y educación con un 0, 8 y 10% de crecimiento anual promedio. No obstante, la carrera de Turismo representa solo 151 títulos registrados anualmente con un -1% de decrecimiento anual promedio. También, los resultados de las encuestas realizada por FUNIDES a egresados indican que en promedio realizaron al menos una pasantía.

**Tabla 1: Registro de títulos por carrera en base a La Gaceta**

<b>Títulos registrados en La Gaceta por carrera</b>			
<b>Carreras de pregrado, técnico superior y profesores de educación media</b>	<b>Número de títulos registrados 2003-12</b>	<b>Promedio anual registrado 2003-12</b>	<b>Tasa de crecimiento anual promedio 2003-12</b>
Administración	1180	1180	0
Contabilidad	748	748	8
Educación	746	746	10
Derecho	577	577	0
Informática	557	557	2
Medicina y carreras relacionadas	376	376	-2
Producción agropecuaria y agroindustrial	332	332	0
Ingeniería Industrial y relacionadas	313	313	4
Enfermería	269	269	2
Psicología	203	203	6
Farmacia	191	191	16
Economía	182	182	3
Ingeniería Civil	179	179	3
Ciencias sociales	162	162	2
Turismo	151	151	-1
Arquitectura	135	135	13
Humanidades	118	118	12
Marketing	103	103	14
Ciencias naturales y exactas	85	85	-3
Odontología	61	61	-4
Laboratorio	54	54	2
Veterinaria	45	45	26
Diseño	19	19	19
<b>Total</b>	<b>6783</b>	<b>6783</b>	<b>3.8</b>

Fuente: Estimaciones de FUNIDES en base a La Gaceta 2003-2014

En último nivel, que no depende del universitario tenemos el ámbito económico y social, que determina la oferta y la demanda de los titulados universitarios en el mercado del trabajo.

Es importante destacar que algunos universitarios inician el proceso de transición antes de culminar los estudios esto es debido a que compaginan estudios con trabajo, mientras que otros optan por las prácticas pre-profesionales. En algunos casos, para los titulados el proceso de transición no termina nunca, ya que no logran una inserción laboral plena [considerada como la situación en la cual se adquiere un trabajo a tiempo total, estable y en concordancia con la formación adquirida (Martínez, 2000, pp.95)] en el mercado laboral de acuerdo a su cualificación, para otros no llega por la carencia de acceso al propio mercado de trabajo.

Según Figuera (1996), a la hora de analizar la inserción laboral nos encontramos con dos situaciones básicas: la inserción o la no inserción. La no inserción es la ausencia de acceso a un empleo y se da por inactividad o por paro. La inactividad es un desempleo voluntario y puede ser temporal (estudiantes, opositores, etc.) o indefinida (amas de casa, personas en situación de marginación, etc.). El paro es un

desempleo involuntario que depende de diferentes matices sociológicos en función del motivo por el cual se encuentra en paro (búsqueda del primer empleo, pérdida del trabajo, etc.) y por el grupo de población afectado (jóvenes, discapacitados, mayores de 55 años, etc.).

La inserción laboral también se puede segmentar en función de la calidad, se puede hablar de inserción profesional y laboral. La profesional engloba el conjunto de procesos en los que el individuo inicia el ejercicio de una actividad profesional estable y relacionada con su formación académica. Por su parte, la inserción laboral es caracterizada por una trayectoria precaria, con cambios continuos de empleo y con ausencia de perspectivas de mejora. Esto desemboca en la imposibilidad de acumular experiencia y conocimientos suficientes para favorecer una inserción laboral plena. (García del Pozo R., 2015)

Comprender el proceso de inserción laboral desde una única perspectiva teórica resulta difícil siendo este proceso tan complejo que se nutre de distintas disciplinas como la economía, la psicología y la sociología se convierte inevitable estudiar el proceso desde un enfoque multidisciplinario. Por este motivo surgen numerosas teorías y modelos que intenta explicar la inserción laboral.

Desde los planteamientos neoclásicos, que consideran las leyes del mercado como las determinantes del acceso al empleo, pasando por la *teoría del capital humano* y las *teorías credencialistas*, que relacionan el nivel educativo con los logros laborales, las *teorías de la correspondencia*, que consideran a la procedencia de clase determinante de las trayectorias académicas y profesionales, la *perspectiva estructural del mercado de trabajo*, que otorga importancia a la relación entre las estructuras existentes en el mercado de trabajo y los logros laborales, las *teorías de base individual*, donde el sujeto es agente de su proceso de inserción laboral, hasta concluir en los *modelos integrales*, que apuestan por una perspectiva multidisciplinar al implicar aspectos sociales e individuales a la hora de explicar los logros laborales. (Martínez, 2002, p. 100)

#### 9.1.1.1. Modelo Neoclásico.

Este modelo se basa en la ley de la oferta y la demanda, considerando a los recursos humanos dentro del mercado de competencia perfecta del cual depende para alcanzar un nivel de empleo y salario equilibrado. Según la demanda de trabajo, un escenario de competencia perfecta depende de la productividad marginal del trabajo multiplicado por el precio del producto, mientras, la oferta se determina por la decisión del trabajador entre el ocio y el sueldo que recibe por su trabajo. No obstante, si la oferta supera la demanda, el empleador realiza un ajuste de salarios con el fin de equilibrar, bajando los salarios y elevando los niveles de cualificación exigidos. Por el contrario, cuando la demanda es mayor a la oferta, el empleador tiende a subir los salarios y disminuir el nivel de cualificación requerido para el trabajo. Este modelo influye directamente en la inserción laboral y por supuesto en el fenómeno de la

sobrecualificación (cuando los recursos laborales realizan trabajo por debajo de su formación, despilfarrando el capital humano).

En resumen, el modelo neoclásico considera al trabajo como un elemento más del mercado, una simple mercancía, olvidándose de su carácter social. Siguiendo a Marx, habría que distinguir entre trabajo y fuerza de trabajo. La diferencia entre ambas distinciones radica en que mientras en la fuerza de trabajo lo que se valora y retribuye es el tiempo del trabajador, en el trabajo por lo que se paga es por el producto final sin tener en cuenta el número de horas empleadas en la elaboración. Es decir, “los trabajadores venden su fuerza de trabajo a través de un contrato, pero lo empleadores no compran trabajo, sino fuerza de trabajo capaz de realizar una vasta gama de actividades productivas debido a que el hombre posee comprensión que ha sido desarrollada social y culturalmente” (Braverman, 1983, p. 134).

#### *9.1.1.2. Teoría del Capital Humano.*

Esta teoría es de origen neoclásico y considera que la educación y la formación son una inversión que da pauta a un buen trabajo, sueldo y estatus social. La inversión en educación hecha por el individuo va a originar incremento en su productividad y mayor número de oportunidades.

En resumen, la teoría asume como inversión la formación académica, la cual espera sacar rentabilidad futura. La educación determina el salario y la productividad del empleado y al mismo tiempo que influye en el nivel social e individual. Se considera que entre más y mejor educación, más y mejores oportunidades se tendrán para acceder a un puesto de trabajo. El paro en esta teoría es un fenómeno individual procedente de la falta de inversión en educación y formación. Donde la escasez en formación académica la justifica la impaciencia temporal que tiene el individuo por rentabilizar de forma inmediata su trabajo.

#### *9.1.1.3. Teorías Credencialistas.*

Collins en 1986 acuñó el término credencialismo y revocó la teoría del capital humano. Collins sostuvo que la educación no contribuye al incremento de la productividad en el trabajo, dado que la formación profesional se adquiere desde la experiencia profesional y no en la escuela.

Desde el enfoque de la sociedad meritocrática, los títulos de formación profesional, universitarios y masters constituyen méritos que más tarde van a explicar los logros laborales y la estratificación social.

Esta teoría respalda la idea de que los individuos se forman y consiguen credenciales para poder competir por los puestos de trabajo. Las credenciales se proporcionan desde el sistema educativo en forma de títulos y la experiencia profesional desde las prácticas en empresas. La

teoría de la competencia por puestos de trabajo ya la señalo Thurow (1983) respaldando la misma idea expresando que el individuo se forma y adquiere credenciales para poder competir por los puestos de trabajo disponibles y no por los sueldos, ya que el sueldo viene ligado al puesto. (García del Pozo R., 2015).

Otras teorías similares aducen que la productividad no se puede ligar a una mayor formación del trabajador, pero logran justificar este hecho con los universitarios que han logrado pasar todos los filtros del sistema educativo lo que les otorga cierta legitimidad frente al resto de población y concede mayor valor, reconocimiento y por ende mejores salarios. Se finaliza considerando que el nivel educativo es el mejor medio de acceso al mercado de trabajo y a sueldos adecuados.

#### *9.1.1.4. Teorías de Base Marxista.*

Las teorías con base Marxista tienen el ideal de que el sistema educativo colabora en la reproducción de las condiciones sociales promovidas por el modelo productivo, transmite comportamiento como la sumisión y la obediencia. Se agrega que la enseñanza universitaria, tiene un peso importante en la inserción laboral, pero hay que tener en cuenta que la trayectoria tanto académica como profesional va a estar marcada por la procedencia de clase, ya que el pertenecer a una clase social u otra va a influir en aspectos tan importantes como las estrategias y expectativas académicas y laborales, en los valores, la actitudes, entre otros.

Por mencionar algunos estudios sobre esta teoría, encontramos el informe Coleman concluyendo que el rendimiento escolar está determinado por el origen social del alumno (familia, grupo de iguales y ambiente espacial). El entorno familiar y la clase social, son factores que explican el éxito escolar y laboral, sin que se pueda responsabilizar sólo al individuo (Guerrero, 1996), Sin embargo, hoy en día las barreras sociales se han intentado erradicar por medio de políticas de becas dando oportunidades igualitarias a toda la población Por otra parte, el estudio de Requena en 1991 comprueba que los jóvenes de clase social alta invierten en educación porque su red de contactos y relaciones van a favorecer su inserción y éxito profesional. A diferencia de la clase obrera no hace inversiones tan fuertes en educación puesto que su futuro está rodeado de incertidumbre en torno al éxito profesional.

#### *9.1.1.5. Perspectiva Estructural del Mercado de Trabajo.*

Esta perspectiva relaciona los logros laborales y las estructuras existentes en el mercado de trabajo. Piore (1983, citado en Martínez, 2000) en su teoría del mercado dual de trabajo considera que: el mercado de trabajo está dividido en dos segmentos: primario y secundario. Mientras el segmento primario está compuesto por puestos de trabajos bien

remunerados, estables, con posibilidades de promoción y equidad, el segmento secundario ofrece trabajo peor pagados, inestables y con pocas posibilidades de promoción. Asimismo, el segmento primario se divide en segmento superior e inferior. El superior lo forman profesionales y directivos. Se les ofrecen buenas posibilidades de iniciativa, creatividad individual y seguridad económica y la educación formal es un requisito esencial para acceder a este segmento. El segmento inferior se caracteriza por tener salarios inferiores peor estatus laboral y menores posibilidades de ascenso.

“Las divisiones de mercado de trabajo en tres segmentos (primario superior, primario inferior y secundario) están muy relacionadas con las distinciones sociológicas entre la subcultura de clase baja, la de clase trabajadora y la de clase media”.

Según Martínez (2002, p. 108), siguiendo la teoría de Piore, afirma que: las prácticas en empresas, suelen suponer el acceso al segmento secundario del mercado laboral, si se atiende a las condiciones de inestabilidad y baja remuneración, pero también características del segmento superior, como es el nivel de educación formal que se exige y el tipo de trabajo que suele desarrollar, ya que en las prácticas se realizan, a veces, labores de técnico y directivos. No obstante, el acceso con un contrato de prácticas responde, por una parte, a las posibilidades futuras de estabilizar su situación laboral y ascender hacia puestos de mayor estatus, gracias a las cualificaciones obtenidas junto con la obtención de capital relacional. Acceder al mercado de trabajo, supone insertarse en un mercado interno que abre nuevas posibilidades laborales.

Siguiendo la línea de este enfoque se podría aseverar que el titulado universitario tiene una inserción laboral más rápida y con mejor calidad en comparación a personas de un nivel educativo más bajo. No obstante, las empresas en la actualidad usan de forma generalizada los contratos en prácticas, que en su origen tenían un trasfondo educativo, ya que sirven para reducir costes relegando su propósito inicial como herramienta formativa.

#### *9.1.1.6. Teorías Cognitivas.*

Las teorías cognitivas dan su origen de teorías de base individual donde al individuo se le otorga el papel de agente de su propia inserción laboral. Los modelos cognitivos están compuestos por diversas teorías de distintos autores, cada uno da su propia explicación del fenómeno pero el objeto en común de estudio es la conducta humana. Algunas de estas teorías expresan:

Piaget explica la conducta humana desde la interacción entre el sujeto y su medio. A través de la asimilación y acomodación, el sujeto va interiorizando comportamientos que se repiten en el tiempo, llegando a



transformar finalmente en conducta. De esta forma, los individuos pasan por una serie de etapas necesarias en el proceso de inserción, en las que adquieren un nivel de cualificación que les va a facilitar la incorporación al mercado de trabajo. (García del Pozo R., 2015).

Los modelos mecanicista contradicen la teoría de Piaget, aseverando que el individuo no sigue etapas fijas, si no, que el individuo sigue etapas en base a su experiencia anterior y características personales. Cada individuo sigue diferentes estrategias para enfrentar la inserción laboral.

Finalmente, teoría cognitivo-conductual de Bandura estudia la conducta del sujeto en base a sus expectativas individuales que se generan a lo largo del proceso de socialización. La teoría consiste en que distintos universitarios en una situación similar tomarán distintos caminos en base a sus expectativas individuales causando distintos itinerarios profesionales.

#### 9.1.1.7. Modelos Integrales.

Los modelos integrales explican la inserción laboral como una interrelación entre factores individuales y sociales.

Blanch (1990, citado en Martínez, 2002) considera que la búsqueda activa de empleo está relacionada con la probabilidad de lograr un puesto de trabajo. Este proceso se explica a través de tres teorías, *teoría de la privación*, que entiende al individuo como un sujeto pasivo que depende del contexto en el que se mueve, y que no tiene posibilidad de cambiar su trayectoria laboral. En un contexto de desempleo estructural, el individuo no puede hacer nada. Dotando al individuo de más soberanía y agencia, surge la *perspectiva etogénica*, en la que se considera al individuo como sujeto dotado de racionalidad práctica capaz de hacerle frente al desempleo. La persona es activa y se mueve en un contexto impredecible, pero manteniendo su soberanía personal. Por último, tendríamos el *modelo vitamina*, en el que el empleo es una vitamina que actúa por defecto o exceso ejerciendo influencia sobre el individuo. El individuo es capaz de alterar y modificar el contexto. Desde este modelo, la inserción laboral es producto de la interacción bidireccional del individuo con el medio.

Blanch resalta tres conceptos como la ocupabilidad, que es la probabilidad de que un demandante de empleo acceda al mismo en un contexto dado. La contratabilidad, que es la adecuación de las características curriculares y biodemográficas del demandante de empleo a las características del mismo. Finalmente, la empleabilidad que es la adecuación de las características psicosociales de un demandante de empleo al perfil típico de la persona empleada en un contexto dado. Los programas de fomento del empleo de los organismos como la Unión Europea (UE) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) intentan incrementar la ocupabilidad de las personas.

En conclusión, a este capítulo donde se recopiló las teorías y modelos que justifican la inserción laboral se cita a Martínez (2002, p119):

Desde los planteamiento iniciales donde la relación educación-empleo nos sirve de marco de referencia para explicar la inserción laboral de los jóvenes, pasando por la perspectiva estructural del mercado laboral que deja al individuo indefenso con respecto a su situación, hasta los planteamientos cognitivistas que destacan el papel activo del sujeto en su propio proceso de inserción laboral, se desemboca en los modelos integrales que consideran la importancia de los aspectos sociales e individuales a la hora de analizar la transición laboral de los individuos, y en concreto de los universitarios. La inserción laboral habría que analizarla como el producto de la interacción de todo un conjunto de factores ambientales e individuales, ya que el título universitario, por sí mismo, no significa acceso al empleo.

#### 9.1.2. *Sobrecualificación un fenómeno presente en la inserción laboral.*

La sobrecualificación es un tema muy controversial que ha sido tratado en la literatura desde los años setenta. Se consideran tres teorías que explican la relación entre el nivel de educación del trabajador y el solicitado por el puesto. La *teoría de capital humano* indica que mayor es el nivel educativo mayor es su productividad y por ende su salario. En caso de un aumento de nivel educativo existiría un aumento de productividad. No obstante, un aumento de la oferta de trabajadores más competentes genera una disminución de salarios. Según la teoría, a largo plazo las cualificaciones se utilizaran plenamente pero a corto plazo produce desajuste temporales entre oferta y demanda de recursos humanos.

Por su parte, la *teoría credencialista* indica que la educación por sí no aumenta la productividad. Según la versión estricta, la sobrecualificación sería un fenómeno permanente, el sujeto aumentará su nivel educativo para mejorar la probabilidad de empleo y los empresarios los contratarán con independencia de los requerimientos. La versión más débil está conectada con la *teoría de los mercados internos*, los titulados ingresarán al mercado laboral inicialmente en un puesto de bajo nivel con el paso del tiempo este será ajustado mediante promociones internas.

Otra posible explicación al fenómeno de la sobrecualificación se encuentra en el *modelo de Thurow*, el cual se diversifica en *puestos de trabajo*, mostrando que cada puesto tiene sus propias peculiaridades en requerimientos, salarios, etc., y *puesto de trabajadores* donde los titulados compiten y su posición en la cola se determina por su nivel educativo y por su experiencia.

Las dos primeras versiones, tanto la teoría de capital humano como la teoría del credencialismo, sugieren que los salarios están positivamente relacionados con los años de educación (Kroch y Sjoblom, 1994). En el primer caso se supone que la rentabilidad marginal de un año adicional de educación

coincide con su coste marginal. Por el contrario en el caso de la teoría del credencialismo el resultado de mercado es ineficiente y la rentabilidad privada es distinta a la rentabilidad social. (Acemoglu y Angrist, 1999). Los titulados conscientes de que sin un título no serán reconocidos como trabajadores productivos por los empresarios, invertirán en exceso en educación y el mercado laboral demandará mayores niveles de cualificación para realizar tareas que no los requieren.

En otra instancia, son múltiples las consecuencias de la desproporción en educación, en el punto de vista de política educativa una permanente sobrecualificación presume subsidiar, reduciendo el coste privado, una actividad que no genera a la sociedad el rendimiento esperado, desde el enfoque de los trabajadores genera una enorme insatisfacción laboral que puede tener efectos negativos en el trabajo como el ausentismo, en la salud (menor autoestima, la salud psicológica, problemas con drogas), resultando una menor productividad y dispersión de los salarios que supondrían problemas para las empresas y empleados.

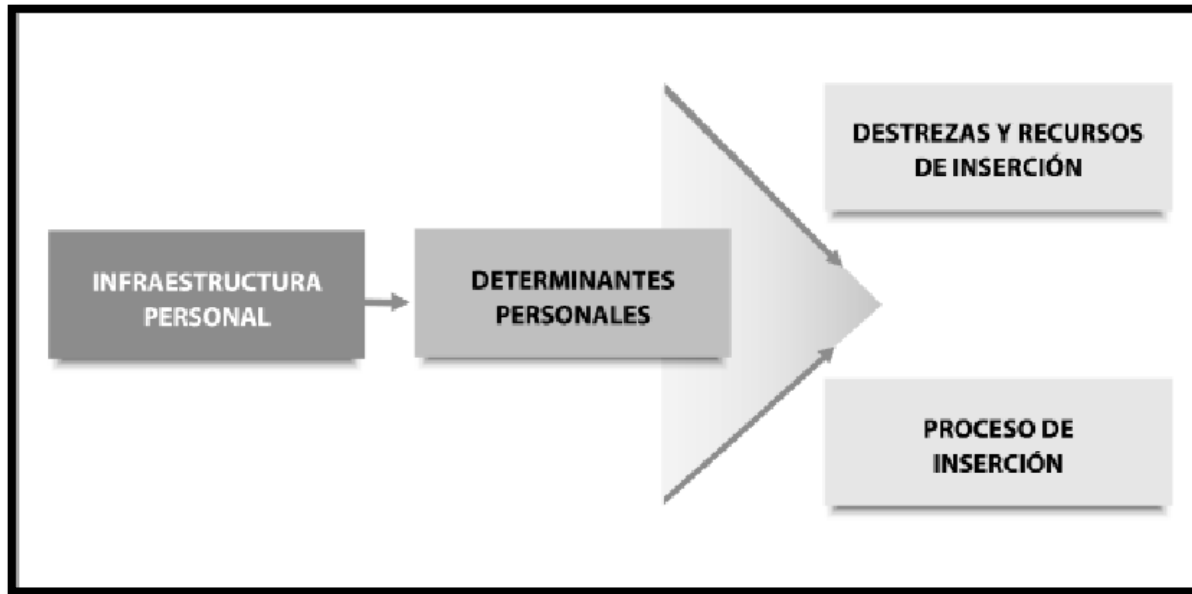
### 9.1.3. *Diagnostico en la inserción laboral.*

El diagnóstico es un proceso sistemático de recogida de información, valoración y toma de decisiones acerca de una persona o grupo de personas – constituidas en alguna unidad- e integradas en situaciones de enseñanza-aprendizaje; atendiendo por un lado a los ejes biopsicosociales por los cuales está constituido el ser humano, y por otro a los factores ambientales que influyen en sus relaciones con la realidad –tanto en su desarrollo (personal, social y escolar) como en sus percepciones, motivos y comportamientos-; entendiendo estos ejes y factores en una interrelación recíproca, y cuya finalidad última es siempre el desarrollo de la persona a través de un proceso de intervención orientadora. (Donoso, 1998).

El diagnóstico de la inserción socio laboral tiene como meta delimitar las variables relacionadas con las posibilidades de acceder a un puesto de trabajo, establecer las carencias o necesidades que pueden trabajarse con la intención de promocionar, ajustar y optimizar el proceso de inserción.

El modelo heurístico siguiente (Donoso, 2000) incluye las variables que han sido ampliamente tratadas por la literatura y que han demostrado ser parte del proceso de inserción. Como puede verse, el modelo (Esquema 1) presentado plantea sobre las posibilidades de intervención de cada una de ellas. En su conjunto, estas variables se enmarcan bajo la política económica y laboral (Donoso T. & Sánchez A., 2013).

### Esquema 1: Modelo heurístico de los factores relacionados con el proceso de inserción



Fuente: Donoso 2000.

El bloque de *infraestructura personal*, contiene las variables como el género, la clase social y la edad que afectarán indudablemente en el proceso, sin embargo las posibilidades de intervención sobre ellas son mínimas y actúan como medidas de los procesos de inserción.

El apartado de *determinantes personales*, presenta variables como las actitudes, adquisiciones, capacidades, habilidades y características propias de las personas su incidencia en el proceso no está claramente determinada. Entre las variables encontramos:

- ☛ *Capacidad de aprendizaje*: Permite constatar si el futuro trabajador superará las pruebas de selección, el tiempo de pruebas en el futuro puesto de trabajo o el éxito en los cursos de formación ocupacional tanto en los aspectos teóricos como prácticos.
- ☛ *Pensamiento autorreferente (autoestima, autoeficacia y expectativas de control)*: Es un mecanismo psicológico por el cual el individuo establece creencias acerca de sí mismo y del ambiente, actuando de modo de pautas interpretativas por el cual justifica de una manera determinada los sucesos ocurridos y se aventuran hipótesis.
- ☛ *Metas laborales*: Percepción subjetiva de lo que representa el trabajo para la propia persona y en relación con la sociedad. Las metas pueden ser expresivas que se refieren a la valoración del trabajo por sí mismo con respecto a realización personal y satisfacción, y metas instrumentales orientadas a las consecuencias que tiene el hecho de tener empleo, es decir, sueldos, buenas

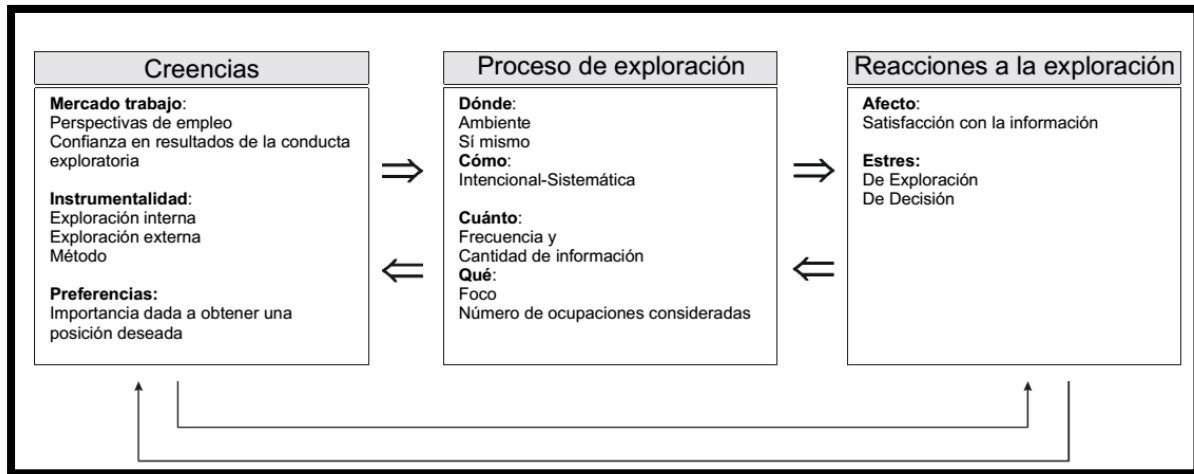
relaciones interpersonales, seguridad, condiciones físicas y horarias.

- ☛ *Atribuciones*: Grado de control que la persona puede ejercer con relación a las causas de la conducta y la estabilidad o inestabilidad de dichas conductas.
- ☛ *La imagen que se tiene de la profesión*: El contacto con los grupos de referencia y medios de incidencia social hace que el individuo elabore una imagen de las funciones, las tareas y las obligaciones que realiza.
- ☛ *Las habilidades*: Contemplan la interacción fluida y el control de las relaciones.
- ☛ *Características de la personalidad (perseverancia, ansiedad, autocontrol, estabilidad emocional, etc.)*: Existen algunos rasgos o características que se han asociado con una personalidad eficiente, con propensión a tener éxito en el mundo laboral. Estas características incidirían en una inserción más óptima, rápida y sin repercusiones negativas en el sujeto (Rivas, 1995).

Por otra parte, *los recursos y las destrezas de inserción* son aquellas habilidades y estrategias que un sujeto utiliza ante la búsqueda de trabajo, entre los recursos se encuentran los *sociales* que es el apoyo que una persona percibe y que el contexto inmediato le proporciona, es un apoyo emocional y afectivo para afrontar la situación. Los *recursos técnicos o destrezas de inserción* son todas aquellas estrategias o destrezas de búsqueda de empleo, las más apropiadas y efectivas son la realización del currículum, la carta de presentación, la realización de una entrevista, el relleno de formularios, la realización de pruebas psicotécnicas. Sin embargo, el diagnóstico la mayoría de las veces se ha limitado a valorar el nivel de percepción que tienen los sujetos sobre el dominio de esas técnicas y no sobre su nivel exacto de ejecución y destrezas de ellas.

Finalmente, el *proceso de inserción* es el momento puntual de búsqueda de trabajo que lleva emparejado unas conductas, unas expectativas y unas reacciones propias. Este proceso puede ser entendido como una exploración amplia que realiza el sujeto sobre su trayectoria, su propia realidad y el mercado laboral. Para comprender más a fondo el proceso se presenta un *modelo integral de exploración profesional* (esquema 2) conocido como conducta exploratoria.

## Esquema 2 Modelo Integral de Exploración Profesional



Fuente: Stumpf, Colarelli y Hartman (1983, pp.194)

Stumps define la exploración profesional como “el conjunto de acciones cognitivas y conductuales que, de una manera intencional, permiten el acceso a la información sobre trabajos, ocupaciones u organizaciones” (1983, p. 258). En el modelo integral, las conductas son el elemento definitorio del proceso de exploración, sin embargo, el valor que el titulado le dé a la información obtenida determina las reacciones afectivas hacia el proceso de exploración. En el esquema las creencias o expectativas del universitario acerca del valor o la utilidad de su futura conducta exploratoria están determinadas por la experiencia pasada. De ello se derivan tres elementos base del modelo, a saber:

☛ *Proceso de exploración:* Delimita la dimensión conductual del constructo por medio de una serie de componentes, *dónde se realiza la exploración, cómo se explora* (puede ser sistemática e intencional o fortuita y resultado del azar), *cuánto se explora* (la frecuencia de la exploración y la cantidad de información que se obtiene) y *qué se busca* (áreas u ocupaciones explorada e intensidad exploratoria). Diversos investigadores resaltan la importancia del proceso exploratorio en los beneficios posteriores de la carrera, estos demuestran la necesidad de explorar para ingresar con más garantías en el mundo del trabajo. Stumpf, Austin y Hartman (1984) detectan que, el objetivo de la exploración y la cantidad de información obtenida estaban significativamente relacionados con dos índices objetivos de inserción profesional: ejecución en la entrevista de selección ocupación y número de ofertas obtenidas. Parece ser, que los componentes conductuales de la exploración profesional están asociados a indicadores que demostraron que aquellas personas más implicadas en

el proceso de exploración de carrera mostraban unos niveles más altos de satisfacción laboral.

- ☛ *Reacciones a la exploración*: Son los sentimientos o creencias acerca de la información obtenida o no obtenida, las expectativas y la conducta de búsqueda posterior. Entre las reacciones que se pueden llegar a experimentar como consecuencia de los resultados se detecta, el *grado de satisfacción* con los resultados puede variar en dirección y foco de búsqueda, la *ansiedad o estrés* vividos en el proceso son el resultado de apreciar algún grado de incertidumbre respecto a las posibilidades de logro de los objetivos deseados. En situaciones de insatisfacción como de estrés se tiende a desencadenar en el titulado una serie de mecanismo de afrontamiento que podrían implicar eliminar la conducta de exploración.
- ☛ *Creencias acerca de la conducta exploratoria*: La exploración es un proceso cognitivo y consciente implica que el graduado está actuando bajo un conjunto de creencias y percepciones que determinarán su conducta. En la exploración profesional se encuentran tres áreas de creencias: la *percepción sobre las condiciones del mercado de trabajo*, la *creencia en la utilidad de las conductas y métodos de búsqueda o exploración* utilizados influirán sobre el dónde y el cómo busca la persona, y la *importancia dada por la persona a las metas profesionales* o a un determinado aspecto en concreto. Es importante destacar que las personas más interesadas en conseguir sus metas el nivel de implicación en la exploración será mayor.

Finalmente, las flechas del esquema indican las relaciones que se dan entre los cuatro bloques. La infraestructura personal va a afectar a los determinantes personales porque estos se desarrollan en un ambiente y en un grupo de referencia determinado, asimismo va a afectar a los recursos y al proceso. Simultáneamente las actitudes, características, habilidades y capacidades de los universitarios tendrán una influencia recíproca con los recursos y el proceso de inserción.

## 9.2. Capítulo 2: Conceptos y definiciones básicas del turismo.

Este apartado tiene la intención de introducir al lector en definiciones básicas del turismo para garantizar una mejor comprensión de la industria del turismo.

- ☛ Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), el *turismo* comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.
- ☛ El *turismo* es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/ profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas: residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales implican un gasto turístico.
- ☛ Por su parte, *el gasto turístico* hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.
- ☛ *Industrias turísticas* también conocidas como actividades turísticas son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Los *productos característicos del turismo* son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:
  - a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
  - b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). En la siguiente tabla (Tabla 2) se presenta una lista de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.



**Tabla 2: Listado de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.**

Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas	
Productos	Industrias
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

- 🎓 **Cuenta satélite de turismo (CST):** Es una herramienta estadística para el cálculo económico el turismo, es un conjunto de tablas de resumen, cada una con sus datos de base y cada una representando un aspecto diferente de los datos económicos relativos al turismo: el gasto de turismo receptor, interno y emisor, los gastos del turismo interior, las cuentas de producción de las industrias turísticas, el Valor Añadido Bruto (VAB) y el Producto Interno Bruto (PIB) atribuible a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo del estado y los indicadores no monetarios.
- 🎓 **Sector del turismo:** Según la Cuenta Satelital de Turismo (CST), es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa.
- 🎓 **Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante

(interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista en caso contrario).

- 🎓 *Turista (o visitante que pernocta)*: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.
- 🎓 *Excursionista (o visitante del día)*: Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.
- 🎓 *Viaje/turismo*: El termino viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. El visitante es un tipo de viajero y, por lo tanto, el turismo es un subconjunto de viaje.
- 🎓 *Viaje turístico*: Es el desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso. Por lo tanto, se refiere a un viaje de ida y vuelta. Los viajes realizados por los visitantes son viajes turísticos.
- 🎓 *Visita*: Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.
- 🎓 *Formas de turismo*: Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.
- 🎓 *Turismo interno*: Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.
- 🎓 *Turismo receptor*: Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.
- 🎓 *Turismo emisor*: Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.
- 🎓 *Turismo interior*: Engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
- 🎓 *Turismo nacional*: Comprende el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.
- 🎓 *Turismo internacional*: Incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

### 9.3. Capítulo 3: Situación actual del turismo Internacional y en Nicaragua.

#### 9.3.1. Panorama del Turismo Internacional.

Un creciente número de destinos alrededor del mundo se han abierto e invertido al turismo, siendo un sector que apunta al progreso socioeconómico por medio de la creación de puestos de trabajo y de empresas, generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras.

El turismo en las últimas seis décadas ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos predilectos tradicionales como Europa y América del Norte se han ido sumando muchos más.

A pesar de crisis ocasionales de diversas índoles el turismo ha presentado un crecimiento ininterrumpido a largo plazo demostrando su fortaleza y su resistencia.

#### 🎓 Llegadas de turistas internacionales.

El número de llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) alcanzó en 2015 un total de 1.186 millones, lo que representa un aumento de 52 millones con respecto al año 2014. Con un crecimiento aproximado del 5% y estando en el sexto año consecutivo de crecimiento superior a la media, después de la crisis económica mundial del 2009 cada año se crece alrededor del 4% o más en llegadas internacionales.

Tres factores principales influyeron en los flujos turísticos dando resultados dispares, entre ellos: las *fluctuaciones de los tipos de cambio* más acentuadas de lo habitual; la *bajada del precio del petróleo y otros productos*, aumentando la renta disponible en países importadores, sin embargo debilitó la demanda turística de países exportadores; y la *creciente preocupación por la seguridad*.

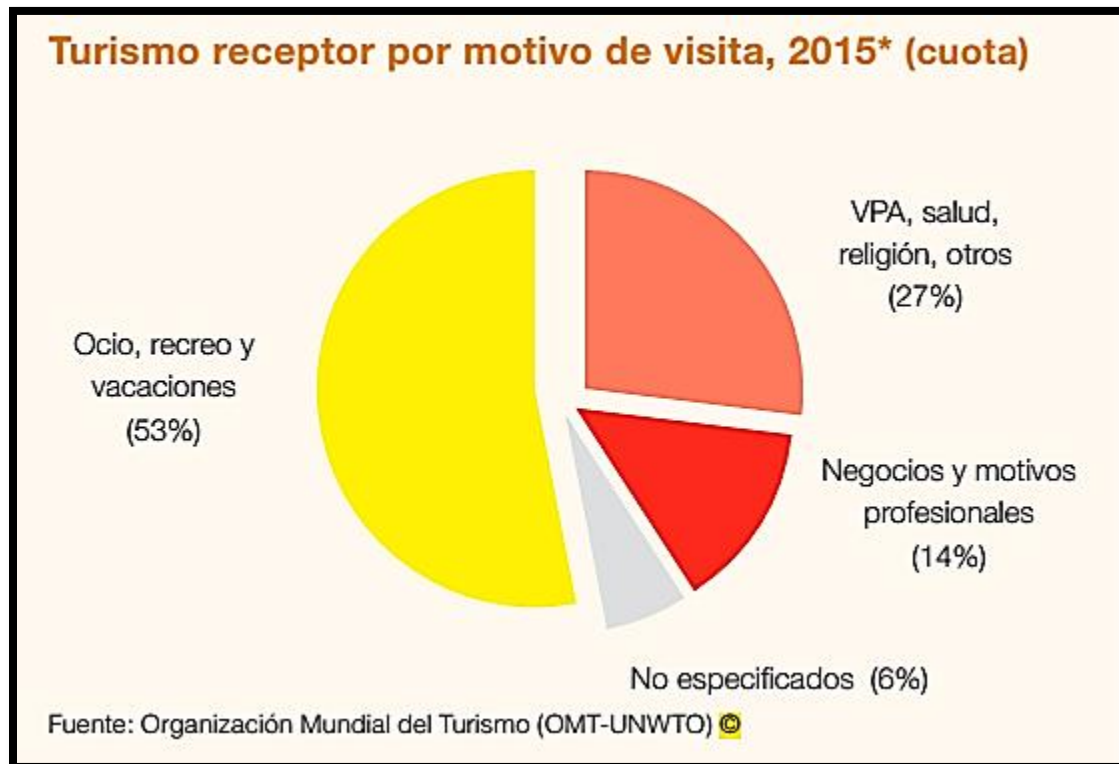
Según las previsiones preparadas por la OMT en enero de 2016 partiendo de las tendencias actuales, indican que las llegadas internacionales seguirán creciendo a un ritmo sostenido de entre el 3,5% y el 4,5% en todo el mundo para 2016. Por regiones, se prevé que Asia y el Pacífico y las Américas lideren el crecimiento (ambas entre +4% y 5%), seguidas de Europa (entre +3,5 y +4,5%). Las proyecciones para África y Oriente Medio (ambas entre +2% y +5%) son positivas, aunque con un mayor grado de incertidumbre y volatilidad.

#### 🎓 Motivos de viajes.

Los viajes por vacaciones, esparcimiento u otras formas de ocio representaron algo más de la mitad del total de llegadas de turistas internacionales (53% o 632 millones). Alrededor del 14%

de los turistas internacionales indicaron que viajaban por negocios o motivos profesionales, mientras que el 27% manifestó hacerlo por motivos de visitas a amigos y parientes, razones religiosa o peregrinaciones, tratamientos de salud, etc. El 6% restante no especificó los motivos de sus visitas. (Ver gráfico 1).

**Gráfico 1: Turismo receptor por motivo de visita**



#### 🎓 *Ingresos por turismo internacional.*

Los gastos de visitantes internacionales en alojamiento, comida bebida, entretenimiento, compras y otros bienes y servicios en los destinos alcanzaron una cifra de 1.260.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2015. A pesar de las fluctuaciones de los tipos de cambio y la inflación, el crecimiento fue del 4,4% como respecto a 2014 relativo a las llegadas internacionales.

Por regiones, los ingresos aumentaron un 8% en las Américas, un 4% en Asia y el Pacífico y también en Oriente Medio, un 3% en Europa y un 2% en África.

En términos macroeconómicos, el gasto de los visitantes internacionales se contabiliza como exportaciones para el país de destino y como importaciones para el país de residencia del visitante. Sin lugar a duda, el turismo receptor es una fuente vital

de ingresos de divisas y un elemento importante para la economía de los países que crea empleo necesario y nuevas oportunidades de desarrollo.

Además de los ingresos obtenidos en los destinos, el turismo internacional generó otros 211.000 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones por servicios de transporte internacional de pasajeros prestados a no residentes en 2015, lo que eleva el valor total de las exportaciones turísticas a 1.5 billones de dólares de los EE.UU. o a 4.000 millones de dólares al día de media.

El turismo internacional representa el 30% de las exportaciones de servicios, pasó de 6% a un 7% en 2015 siendo en cuarto año consecutivo que el turismo internacional supera al comercio mundial de mercancías.

Como categoría de exportaciones a nivel mundial, el turismo ocupa el tercer puesto, por detrás de combustibles y productos químicos, y por delante de alimentación y automoción. En muchos países en desarrollo, el turismo se sitúa incluso en primer lugar como categoría de exportación. En años reciente el turismo ha demostrado un potencial considerable de compensar la pérdida de ingresos por exportación en muchos países exportadores de materias primas y petróleo. (Ver anexo 1).

#### *Resultados regionales 2015.*

##### *Europa-Notable crecimiento para una región madura.*

Las llegadas de turista internacionales en Europa aumentaron un 5% en 2015 hasta alcanzar un total de 608 millones, un poco más de la mitad del total mundial (51%). La región fue la de mayor crecimiento con 27 millones de turista más que en 2014, esto gracias a la madurez y el tamaño de sus destinos. Los ingresos por turismo internacional crecieron un 3%, llegando a los 451.000 millones de dólares, equivalente al 36% de los ingresos mundiales. Uno de los principales motivos, es la debilidad del euro en 2015 volviendo más atractiva la región para mercados ajenos a la zona euro. (Ver anexo 2).

##### *Asia y el Pacífico- Destinos con resultados desiguales*

La región de Asia y el Pacífico recibió 279 millones de turistas internacionales en 2015. Con quince millones más que en 2014, el crecimiento fue del 6%. La región ingresó 418.000 millones de dólares por turismo internacional, siendo el incremento del 4%. A la región del Asia y el Pacífico le corresponde el 24% de llegadas a todo el mundo y el 33% de los ingresos. Las mayores tasas de crecimiento las obtuvieron las subregiones del Sudeste Asiático (+8 en llegadas) y Oceanía (+7%). (Ver anexo 2).

### *Las Américas- 2015 con crecimiento continuo.*

Las llegadas internacionales en las Américas crecieron en 11 millones en 2015, un 6% más, hasta alcanzar los 193 millones con el 16% de llegadas mundiales. Los ingresos por turismo internacional aumentaron un 8%, hasta llegar a los 304.000 millones de dólares con el 24% de los ingresos mundiales. Muchos destinos se beneficiaron de la apreciación del dólar de los EE.UU., que impulsó la demanda de los Estados Unidos, siendo el Caribe y América Central (ambas +7) las que lideraron el crecimiento. (Ver anexo 2).

En América Central, las llegadas internacionales aumentaron un 7% hasta superar los 10 millones por vez primera. Panamá lideró el crecimiento con un 21%, Belice recibió un 6% más de llegadas, Costa Rica y Honduras ambas un 5% más, El Salvador y Nicaragua un 4% y Guatemala un 1%.

### *África- Retornando a la senda del crecimiento*

Se calcula que las llegadas de turistas internacionales a África disminuyeron un 3% en 2015 debido a los problemas de salud pública y de seguridad que ha sufrido la región, así como la ralentización del crecimiento económico debido al descenso de los precios del petróleo y de las materias primas. África recibió 53 millones de turistas internacionales y obtuvo 33.000 millones de dólares en ingresos por turismo internacional (+2%), manteniendo así una cuota del 5% de llegadas mundiales y 3% de los ingresos por turismo. No obstante, estas cifras deben interpretarse con cautela ya que los resultados se basan aún en datos relativamente limitados. (Ver anexo 2).

### *Oriente Medio- Se vigoriza la recuperación.*

Las llegadas de turistas internacionales a Oriente Medio (+2%) aumentaron en 1 millón en 2015 según estimaciones, hasta un total de 53 millones. La región ha consolidado el repunte iniciado en 2014, cuando las llegadas crecieron un 7%, después de tres años de declive. Los ingresos por turismo internacional aumentaron un 4% hasta alcanzar los 54.000 millones de dólares. (Ver anexo 2).

### *Turismo emisor.*

La tendencia de los viajes internacionales tiene lugar en la propia región de los viajeros, y cuatro de cada cinco llegadas en el mundo tienen su origen en la misma región. Los mercados emisores del turismo internacional se han concentrado tradicionalmente en las economías avanzadas de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, muchas de las

economías emergentes por el aumento de la renta disponible han experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años, en particular los mercados de Asia, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África y América Latina. (Ver anexo 3).

#### 🎓 *Previsiones a largo plazo.*

Según el informe “El Turismo hacia 2030” (Tourism Towards 2030) de la Organización Mundial del Turismo que pronostica a largo plazo el desarrollo del turismo, siendo una investigación de amplio espectro tomado las dos próximas décadas de 2010 a 2030.

El informe calcula que el número de llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crecerá un promedio del 3,3% al año durante el periodo comprendido entre 2010 y 2030. Con el tiempo, la tasa de crecimiento irá disminuyendo paulatinamente del 3.8% en 2012 al 2.9% en 2030, pero sobre la base de una cifras cada vez mayores. En términos absolutos, las llegadas de turistas internacionales aumentarán en unos 43 millones al año, frente a un incremento medio de 28 millones anuales registrados en el periodo comprendido entre 1995 y 2010. Según lo previsto, las llegadas de turistas internacionales en el mundo superarán la cifra de 1.400 millones en 2020 y 1.800 millones en 2030. (Ver anexo 4).

Las llegadas de turistas internacionales a economías emergentes como Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Meridional y Mediterránea, Oriente Medio y África doblarán su ritmo de crecimiento (+4,4% al año) respecto al de los destinos de las economías avanzadas (+2,2% al año). En 2030, el 57% de las llegadas internacionales se registrarán en destinos de economías emergentes (frente al 30% de 1980) y el 43% en destinos de economías avanzadas (frente al 70% en 1980).

Por regiones, el mayor crecimiento corresponderá a Asia y el Pacífico, donde se prevé las llegadas aumente en 331 millones hasta alcanzar los 535 millones para el 2030 (+4,9% al año). Por otro lado, en Oriente Medio y África la cifra de llegadas crecerá más del doble, pasando de 61 millones a 149 millones y de 50 millones a 134 millones respectivamente. Europa de 475 a 744 millones y las Américas de 150 a 248 millones crecerán comparativamente menos.

En resumen, con un ritmo de crecimiento mayor aumentarán las cuotas de mercado mundiales en Asia y el Pacífico, Oriente Medio y África; y en consecuencia, Europa y las Américas experimentarán una disminución adicional en su cuota de turismo internacional, debido al menor crecimiento que experimentarán

destinos comparativamente más veteranos de América del Norte, Europa del Norte y Europa Occidental. (Ver anexo 5).

### 9.3.2. *Panorama del Turismo Nacional.*

El turismo en los últimos años ha venido creciendo de forma sostenida y con mucha fuerza, colocándose como una de las principales actividades económicas generadoras de divisas y beneficios al país, lo que ha contribuido al mejoramiento de la calidad de vida de los nicaragüenses. (Plan Nacional de Desarrollo Humano –PNDH- 2012-2016).

Nicaragua se ha posicionado a nivel internacional como un destino turístico, con una imagen positiva de país estable, seguro, bello, singular, con diversidad de bellezas por descubrir y sobre todo con una población llena de tradiciones, cultura y costumbres propias, únicas, con valores de solidaridad, hospitalidad y amigabilidad.

Esto ha dado como resultado, que los ingresos por turismo ascendieran a 528.6 millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 18.7%. Los factores que explican el buen desempeño de estos ingresos fueron el crecimiento de 4.8% en el número de turistas, totalizando 1.5 millones de personas, y el aumento en la estadía promedio de 7.6 a 8.7 días. (Ver anexo 6). Cabe mencionar que 63.3% del total de turistas procedieron de Centroamérica, 23.8% de América del Norte, mientras que visitantes europeos representaron 7.2%. (Ver anexo 7).



## 9.4. Capítulo 4: Cualidades requeridas para los profesionales en turismo según las características del mercado laboral.

### 9.4.1. Importancia del capital humano en el sector turístico y características del sector servicio.

Hablar de turismo es hablar de servicios y, por tanto, no es extraña la referencia a las personas, al factor humano, a los recursos humanos o, desde un punto de vista más descriptivo y acertado en cuanto al valor intrínseco que representa para las empresas y para los gobiernos, al *capital humano* (Peiró, 1996).

Cuando se pregunta a un estudiante por qué estudia Turismo la respuesta mayoritaria es: *porque me gusta viajar y conocer gente*. En un sentido –no exento de idealismo-, existe la certeza de que desarrollarse profesionalmente en el sector turístico significa trato humano, relacionarse con la gente, intentar, en definitiva, ofrecer un servicio haciendo que los demás disfruten al máximo de su experiencia turística. (A. Sancho, 1998).

Los turistas son personas y, por tanto están sometidas a las leyes sociales que rigen la conducta humana: hábitos, modas, gustos y tendencias, personalidades variadas, caracteres. Realmente, un somero análisis que tuviera por objeto resaltar los momentos en que se producen interacciones relacionales entre los turistas y los proveedores directos de las experiencias turísticas arrojaría un gran número de momentos de la verdad (J. Carlzon, 1989). Basta con pensar en agentes de viajes, guías, auxiliares de vuelo, animadores, recepcionistas, etc. Aun así, el análisis resultaría parcial, ya que habría que añadir a todas aquellas personas que intervienen en el abastecimiento de bienes y servicios, directa o indirectamente, para la industria turística y a los propios residentes de los destinos, todos ellos actores de primera magnitud en la experiencia turística y enlace necesario con los bienes físicos para, conjuntamente, proporcionar el producto turístico. De tal manera se puede afirmar que la compra del producto turístico entraña el valor añadido de todas las contribuciones que estas personas puedan hacer al sector.

Pero, ¿qué es lo que hace tan diferente el sector de servicios, y el turismo en particular, con respecto a otras industrias como la manufacturera? Sin duda, la naturaleza del producto. El turismo, como cualquier otra industria de servicios, se caracteriza por la complejidad de sus productos finales, que dificultan la labor de satisfacer al cliente y de evaluar dicha satisfacción en comparación con las industrias manufactureras y sus productos de consumo. Las características fundamentales de los servicios son: *intangibilidad, heterogeneidad e impredecibilidad, simultaneidad entre producción y consumición y no perdurabilidad*, una adaptación de la clasificación de Normann (1991) sintetiza estas particularidades. (Ver anexo 8).

*Importancia del alto grado de profesionalidad de los empleados:* Todas estas características crean cierta incertidumbre en la entrega de los servicios, que sólo puede ser disminuida con un alto grado de profesionalidad por parte

de los trabajadores del sector. Debido al elevado número de elementos intangibles, es durante el encuentro del cliente con la organización –*momento de la verdad*, en expresión del ex-Presidente de SAS (Scandinavian Airlines System Akyiebolang), Jan Carlzon (1989)-, a través del *personal de frontera*, cuando el proveedor del servicio debe demostrar su habilidad para satisfacer al consumidor.

*Motivación del personal laboral:* Para una mejora en el servicio, los recursos humanos deben involucrarse plenamente en la organización. Una actitud positiva por parte del empleado fomenta una percepción positiva de la experiencia turística por parte del cliente, por esta razón, es vital que el personal se sienta motivado sabiendo que forman parte del negocio en que trabajan, además, deben *ser capaces de tomar decisiones por ellos mismo y de reaccionar ante cualquier situación imprevista*.

*Necesidad de formación de calidad:* Una formación de calidad a todos los niveles se hace indispensable para obtener profesionales flexibles, que puedan satisfacer las necesidades de los clientes y las de la industria turística, al mismo tiempo, estando motivados e involucrados en la organización.

*Influencia del capital humano en la fidelización de clientes:* Los componentes anteriores dejan al descubierto la importancia del capital humano en la industria del turismo, si su intervención es positiva fomentan la satisfacción del cliente con respecto a su compra, y en caso contrario, disuadiendo al cliente de repetir la experiencia. El personal es crucial para estructurar un sistema de servicios que con un planteamiento adecuado logra convertirse en una útil herramienta de *diferenciación y competitividad*.

*Personal de frontera:* Según Mahesh (1993), en el sector servicios, más del 95% de los contactos del cliente con la empresa se realizan a través de interacciones entre los clientes y el personal de contacto -también llamado personal de frontera-, y son utilizados por aquél para formarse un juicio de valor sobre la calidad de los servicios recibidos. Además, casi todas estas relaciones se producen sin que los responsables de la organización tomen consciencia de ello ya que, en caso de que la experiencia haya sido negativa, éstos sólo recibirán un cinco por ciento de las quejas.

*Líneas de actuación para convertirse en líder del sector servicios:* ¿Cómo se consigue una respuesta eficaz del personal de frontera que sabe que su conducta va a pasar, en la mayor parte de las ocasiones, desapercibida para sus superiores? Se puede lograr gracias al *efecto Pígalión*, el cual está ligado con el comportamiento humano y la influencia por la expectación que éste despierta en los demás y, en especial en los superiores.

Cook Johnson (1991), tras analizar los resultados de un gran número de encuestas de opinión de empresas de los Estados Unidos y Canadá concluye que los líderes del sector servicio pueden reconocerse por las siguientes particularidades:

- ☛ Su indefectible entrega a los principios del servicio.
- ☛ Su inversión constante en recursos humanos para garantizarse una plantilla competente y eficaz.
- ☛ Una filosofía de dirección centrada en la comunicación y a favor de la participación directa de los empleados.
- ☛ Dedicación a los equipos de trabajo.

*Factores que influyen en los trabajadores:* Según Gallego (1994) existen una serie de factores que inciden sobre los trabajadores, directa o indirectamente, en relación al puesto de trabajo que desempeñan. Factores que conviene detectar e individualizar, ya que, aunque algunos son incontrolables, hay otros, sobre los que sí es factible ejercer un cierto control para potenciar la productividad de cada persona. (Ver anexo 9).

Efectivamente, teniendo en cuenta las características del producto turístico, la complejidad que reviste toda acción humana y la importancia que para las empresas de servicio tienen las personas que forman su mercado, se establece así un complejo sistema interactivo de participación entre los agentes vinculados, con un único propósito: *orientar toda su actuación a la satisfacción del cliente.*

#### 9.4.2. *Mercado de trabajo en el sector turístico.*

El sector turístico agrupa una serie de actividades con una demanda intensiva de mano de obra, por esto, en ocasiones se habla de una industria de personas. Según informes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) para los años ochenta el sector empleaba un porcentaje relevante entre la población activa terciaria en naciones como Grecia (14%), Luxemburgo (9%), Austria (7%) y Alemania (6%). Sin reflejar datos de trabajadores independientes y los trabajadores familiares no remunerados.

##### *Características del empleo en el turismo*

La OIT enumera las siguientes características comunes en relación a los empleos en el sector turístico:

- ☛ Elevado porcentaje de trabajadores a tiempo parcial.
- ☛ Elevado porcentaje de trabajadores temporales y ocasionales.
- ☛ Importante presencia de mujeres con contratos a tiempo parcial en hotelería y restauración, mayor que en otros sectores económicos, Así, por ejemplo, en Australia las mujeres representan aproximadamente el 54% del sector turístico, frente al 37% en el resto de los sectores. En Bélgica, Francia y Suiza los porcentajes son similares.
- ☛ Escaso número de mujeres en cargos de mayor responsabilidad.
- ☛ Importante presencia de trabajadores extranjero con contratos a tiempo parcial. Por ejemplo, en Suiza los trabajadores extranjeros representan aproximadamente el 40% en hostelería

y restauración y, en Francia, el 16%. En los países en vías de desarrollo, los extranjeros ocupan, generalmente, los cargos de responsabilidad.

- ☛ También en hostelería y restauración se observa una importante presencia de jóvenes con escasa cualificación o estudiantes empleados en el sector esporádicamente.
- ☛ Gran número de trabajadores clandestinos.
- ☛ Menor retribución que en otros sectores económicos.
- ☛ Mayor número de horas semanales de trabajo para los empleados del sector, con horarios y turnos de trabajo especiales.
- ☛ Grado de sindicalización inferior a otros sectores.

#### *Diversidad en las condiciones laborales del sector turístico.*

Las condiciones laborales en el sector no son equivalentes en todos los países, existiendo divergencias importantes con el resto de sectores económicos en aspectos como remuneración de horas extras, complementos salariales, días de descanso, etc. La escasa implantación de organizaciones sindicales ha condicionado, en gran medida, esta situación siendo todavía pocos los países donde se negocian convenios colectivos en el sector. Para más información sobre el tema ver este link.

#### *Tiempo de trabajo.*

Con respecto al tiempo de trabajo, éste supera, en ocasiones, las 40 horas semanales, encontrando justificación en la idea de compensar la simple y mera presencia sin trabajo efectivo que exigen algunas ocupaciones en hoteles y restaurantes, con un mayor número de horas en el puesto de trabajo. Estas condiciones de trabajo repercuten negativamente en el sector, produciéndose una elevada tasa de abandonos (*en Gran Bretaña se estima que aproximadamente el 40% del personal abandona el empleo después de un año, mientras que en Francia se constata que sigue siendo un sector de paso o de primer acceso para los jóvenes*). En definitiva, hay que tener presente que la mejora de las condiciones de trabajo repercute en el bienestar del trabajador y en la eficaz explotación de la empresa. (Sancho, A. 1998).

#### *Modalidades de empleo más comunes en el sector turístico.*

La flexibilidad para ajustar el trabajo a las necesidades de la empresa es una cuestión fundamental en la industria turística. Dadas las características de ésta, existen formas de empleo específicas muy utilizadas como son (OIT):

- ☛ Trabajo estacional: utilizado para hacer frente a las variaciones cíclicas y previsibles de la actividad.

- ☛ Trabajo a tiempo parcial: trabajo regular desempeñado durante un número de horas inferior a lo que se considera normal en una empresa.
- ☛ Trabajo temporal: utilizado ante necesidades imprevisibles de mano de obra, por ejemplo, a aumentos de actividad súbitos o puntuales.

#### *Remuneración.*

En el sector la remuneración se puede identificar en tres sistemas principales:

- ☛ Remuneración basada en propinas o gratificaciones voluntarias de los clientes: Este sistema ha tenido gran importancia en ciertos tipos de actividades turísticas, pero se ha ido abandonando progresivamente. Aunque las propinas no son extrañas en los servicios de atención directa al cliente, algunas empresas han llegado a prohibirlas.
- ☛ *Remuneración basada en un porcentaje del servicio o en la participación en la cifra de negocios de la empresa:* Este sistema surgió como alternativa a las propinas y como método de estímulo del trabajador para conseguir un mayor volumen de servicios implicándolo en los resultados de la empresa. En su mayoría, el porcentaje se sitúa entre un 5% y un 15% de la cantidad facturada al cliente.
- ☛ *Remuneración en basa a un salario fijo independiente del volumen de negocios de la empresa:* Este sistema se ha extendido en las últimas décadas de forma considerable, especialmente en las agencias de viaje y para los trabajadores de hoteles y restaurantes que no están en contacto directo con la clientela.

No obstante, el sistema más extendido consiste en establecer una retribución mínima fija, que en algunos países es negociada y estipulada en los convenios colectivos a partir del salario mínimo, y un porcentaje variable en función al volumen de facturación de la empresa.

#### *El turismo agrupa una gran diversidad de puestos de trabajo.*

La diversidad de la actividad turística conlleva la necesidad de establecer de forma precisa, la totalidad de perfiles profesionales que abarca. Por eso, la siguiente clasificación determina las principales figuras profesionales que pueden llegar a ser consideradas como perfiles profesionales.

*Figuras profesionales del turismo.*

*Segmentación horizontal: Los ámbitos de trabajo del turismo.*

Desde este segmento se plantea un enfoque muy amplio capaz de englobar el sector turístico, definido en siete ámbitos:

🎓 Alojamiento

Abarca todos los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, incluyendo camping, residencias rurales, alquiler de apartamentos, clubes de vacaciones y un largo etcétera. Es un ámbito variado donde los perfiles profesionales pueden cambiar, no sólo por el tipo de establecimiento, sino por su categoría y su especialización.

🎓 Restauración

Se incluyen los trabajos relacionados con la gestión tanto de los diversos tipos de restaurantes, como en empresas de catering.

🎓 Intermediación

El ámbito intermediación comprende tour operadores, mayoristas, agencias de viajes (receptoras y emisoras) y otros tipos de intermediarios turísticos como SCR (sistemas computarizados de reservas).

🎓 Transporte y logística

Todas aquellas empresas vinculadas al transporte, ya sea aéreo, marítimo, fluvial, por carretera o ferroviario. Además, se incluyen los servicios logísticos como las entidades de gestión de puertos, aeropuertos o estaciones que interactúan con ellas. Igualmente, se incluyen las empresas de alquiler de vehículos y gestión de seguros.

🎓 Planificación y gestión pública de destinos

Se consideran a las instituciones de naturaleza pública, que se ocupan de definir un destino turístico a nivel local, regional, autonómico y nacional y, de establecer las bases para su gestión, planificación y promoción.

🎓 Productos y actividades turísticas

Se denomina oferta complementaria que es todo lo relacionado con la cultura, el ocio y la recreación. Entre las instituciones y empresas vinculadas destacan: museos, parques temáticos,

parques naturales, campos de golf, parques acuáticos, centros termales, animación turística, estaciones de esquí y de montaña, empresas de organización de congresos y convenciones, complejos recreativos y comerciales, empresas de deportes y aventura, etc.

#### 🎓 Formación, investigación y consultoría

Son los profesores para los diversos niveles, técnicos, universidad y formación continua. Además, se incluyen a los profesionales que participan en proyectos de apoyo a empresas e instituciones, como para obtener datos reales del turismo y sus perspectivas de futuro.

La mayor coincidencia de los ámbitos de trabajo en turismo está enfocada, de forma directa o indirecta, a la satisfacción de las necesidades del turista.

*Segmentación vertical: Niveles de responsabilidad profesional en las organizaciones turísticas.*

Dentro de los ámbitos anteriores se pueden establecer diferentes tipologías de profesionales que se han agrupado en cuatro grandes bloques:

#### 🎓 Dirección corporativa e institucional

Se incluyen a los profesionales que se encargan de la alta dirección o que no basan su trabajo en la dirección de operaciones. Entre los perfiles están: director de cadena hotelera, director-gerente de institución, director de recursos humanos, director de compras, director financiero, director de marketing, responsable de la política turística de un municipio, director de parque temático, gestor de destino turístico, planificador de destino turístico, etc.

#### 🎓 Dirección de operaciones

Es el conjunto de profesionales que tienen una responsabilidad directa con las distintas unidades de explotación, ejemplo de estos profesionales son: director de hotel, director de camping, director comercial de hotel, director de producto de un tour operador, director comercial de un tour operador, director de agencia de viajes, director de estación de

montaña, responsable de entidad de promoción (institución pública), director de parque de ocio, director de centro cultural, etc.

#### 🎓 Cargos intermedios

Es un amplio abanico de profesionales con diferentes niveles de responsabilidad. Su cometido abarca una parcela concreta de competencia a partir de la cual desarrollan su actividad y supervisan al personal de base, en algunos casos. Cabe destacar: jefe de recepción de hotel, gobernanta, jefe de animación, responsable de administración, responsable de seguridad, responsable de mantenimiento, jefe de ventas, jefe de reservas, responsable de producto de un tour operador, técnico de control de calidad, jefe de oficina de turismo, supervisor de parque de ocio, jefe de equipo de estaciones de montaña, sobrecargo de transporte, supervisor de transporte, guía cultural especializado, creador de paquetes turísticos, etc.

#### 🎓 Personal de base

Son los encargados de la presentación directa de los servicios, normalmente cuenta con una semicualificación, entre ellos destacan: recepcionista, conserje, animador, camarero, somelier, cocinero, vendedor, administrativo, empleado de seguridad, azafata, tripulante de cabina, empleado de check-in en el transporte, vendedor de agencia de viajes, transferista, guía de ruta, informador turístico.

Cuando se habla de formación en turismo en general se plantea como mayor necesidad la formación del personal de base, pero estos profesionales no precisan formación universitaria.

Según el nivel de responsabilidad deberá requerir cierta cualificación, estas se pueden visualizar en la posterior pirámide. El esquema, además de presentar los diferentes tipos de profesionales del turismo, se encuentran, identificados los ciclos formativos de grado medio, y grado superior, los títulos de grado y postgrado de turismo referidos al marco que cubren en cada caso. (Ver esquema 3).



**Esquema 3: Niveles de responsabilidad en las organizaciones turísticas.**



Fuente: ANECA

## 9.5. Capítulo 5: La educación en el turismo y presentación de las universidades que imparten la carrera de turismo.

### 9.5.1. Educación en el turismo.

#### *Formación y capacidad productiva.*

Las características económicas del turismo como actividad productiva y las nuevas situaciones derivadas de los cambios políticos y económicos a escala internacional, exigen prestar mayor atención a la relación entre los trabajadores y la productividad. La capacidad de ajustar a la situación depende en su mayoría al nivel de formación. Sin embargo, es necesario resaltar la débil relación que ha existido entre educación-formación y actividad productiva.

#### *Importancia de la inversión en la formación de los empleados.*

La existente necesidad de una revisión del papel de la educación en el campo del turismo y la gran importancia que tiene la inversión en capital humano, enfocado en la obtención de costes y precios competitivos e integrando sistemas organizativos de recursos humanos con un toque de innovación ayudaría al desarrollo equilibrado del sector o en un proceso de mejora de la calidad. Se debe recordar, que los resultados y la competitividad del negocio y del sector están condicionados a la calidad de los recursos humanos.

#### *Obstáculos para elaborar un sistema de formación.*

Las dificultades presentes en el sector a la hora de realizar un sistema de formación estructurado, son las siguientes:

- ☛ El crecimiento espontáneo de la actividad turística mundial.
- ☛ Gran presencia de PYMES (pequeñas y medianas empresas) de explotación familiar.
- ☛ La estacionalidad de la actividad turística.
- ☛ El carácter de servicio personal de la mayoría de los trabajos realizados.
- ☛ La variedad de servicios y actividades a realizar: polivalencia.
- ☛ La heterogeneidad del sector turístico.
- ☛ La escasa atención de los gobiernos a la actividad turística.

#### *Líneas de actuación en materia de educación turística con actualización y adaptación continua.*

Entre las líneas de actuación existentes, encontramos:

- ☛ *Formación profesional*, que tiene por objeto la capacitación para el ejercicio de una profesión, es un sistema reglado de formación que se imparte en las universidades. Sin embargo, el fuerte ritmo de cambios en el sector hace que los conocimientos adquiridos de forma rígida en la etapa educativa queden con prontitud obsoletos, exigiendo revisión, no sólo de contenidos académicos, sino también los esquemas formativos de adaptación y actualización.
- ☛ *Formación continua*, consiste en la continuidad educativa durante la vida activa laboral del trabajador, con el fin de mayor productividad

por medio de la mejora de los conocimientos de uno o varios estadios de un proceso productivo determinado.

#### *Conjunción de la formación teórica y práctica.*

La colaboración *universidad/empresa* es una herramienta muy útil cuyas ventajas implican:

- 🎓 Cooperación en I+D (Investigación y desarrollo).
- 🎓 Posibilidad de acceso directo a la contratación de personal con mayor cualificación.
- 🎓 Mejora de los programas de estudio.
- 🎓 Mayor intercambio de información sobre las necesidades de las empresas.
- 🎓 Mayor experiencia pre-profesional del estudiante.

#### *Objetivo final de la formación en turismo.*

En conclusión, la educación y formación turística han de ser un proceso integrado desde la escuela hasta los estudios de postgrado, donde el único objetivo tiene que ser la consecución de un factor humano que sea capaz de adaptarse con flexibilidad a los retos futuros que demande el sector, y ésta por consecuencia, es la principal fuente de competitividad del mercado laboral actual.


#### 9.5.2. *Universidades con perfiles turísticos.*


Según el Consejo Nacional de Universidades (CNU), como institución rectora de la Educación superior que vela por la formación integrada de profesionales de pre y postgrado con la más alta calidad, y difundiendo los conocimientos de la investigación científica y tecnológica a autorizado alrededor de 37 universidades en la ciudad de Managua; de las cuales 15 universidades ofertan la carrera de turismo en sus diversas variantes, a continuación se enumeran:


- 🎓 UNIVALLE: Universidad del Valle
- 🎓 UCC: Universidad de Ciencias Comerciales
- 🎓 UCYT: Universidad Nicaragüense de Ciencia y Tecnología
- 🎓 UNICIT: Universidad Iberoamericana de Ciencia y Tecnología
- 🎓 ULAM: Universidad de las Américas
- 🎓 UAC: Universidad American College
- 🎓 UNITEC: Universidad de Tecnología y Comercio
- 🎓 UCA: Universidad Centroamericana
- 🎓 UCN: Universidad Central de Nicaragua
- 🎓 UPOLI: Universidad Politécnica de Nicaragua
- 🎓 UNIMET: Universidad Metropolitana
- 🎓 UHISPAM: Universidad Hispanoamericana
- 🎓 UDEM: Universidad de Managua
- 🎓 UENIC: Universidad Evangélica Nicaragüense Martin Luther King Jr.
- 🎓 UNAN: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua


De las 15 Alma Mater para la presente investigación se seleccionaron 6 universidades. (Ver tabla 3).


**Tabla 3: Universidades en las que se realizó el estudio.**


Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
<p>UAC</p> 	Administración turística y hotelera	Licenciatura	<p>Su formación profesional le permitirá desempeñarse como ejecutivo de cualquier empresa turística, así como también organizar y dirigir su propia empresa, siendo esta carrera ideal para quien desea trabajar de manera independiente. Es un profesional capaz de desempeñarse en la administración de empresas, proyectos turísticos y hoteleros, gerencia financiera y control contable, mercadeo en la industria turística, conocimientos sobre el potencial turístico del país y geografía nacional e internacional y dominio del idioma inglés.</p>	<p>El profesional graduado de la carrera de turismo podrá desempeñarse como Gerente de empresas turísticas, entre ellas: Hoteles y hospedajes, restaurantes, líneas aéreas, tour operadoras, agencias de viajes, reservas ecológicas. Así como podrá desempeñar las siguientes funciones: desarrollo y administración de procesos de alojamiento y restauración, auditoría de operaciones hoteleras, administración de recursos humanos, organización de eventos, negociación internacional, diseñador de proyectos de desarrollo turístico.</p>

Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
<p>UCC</p>  <p>UCC</p>	Administración de empresas turísticas y hotelera	Licenciatura	<p>Es un profesional con pensamiento innovador, valores de identidad nacional, liderazgo, espíritu empresarial para el desempeño del ejercicio profesional en el campo turístico y hotelero o bien desarrollando su propio negocio.</p>	<p>El profesional podrá trabajar en empresas privadas de servicios turísticos como: agencias de viajes, hoteles, restaurantes, oficinas de congresos y convenciones, así como en despachos independientes de asesoría y consultoría a empresas.</p> <p>Creando su propia empresa prestadora de servicios turísticos. Director de empresas de traspotación turística. Instancias gubernamentales. Responsable de desarrollo turístico. Gestión de servicio de hotelería, alimentos y bebidas. Gestión y administración de actividades comerciales.</p>

Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
	Administración de empresas turísticas y hotelera	Licenciatura	Es un profesional que desarrolla estrategias para la administración efectiva de empresas y complejos de servicio turístico y hotelero; competente para contribuir como gestor para el diseño y estructuración de proyectos de servicios turísticos, todo bajo el concepto de un turismo auto sostenible y responsable con el ambiente, impulsando la economía del país. Tendrá habilidades para dirigir, negocia y suscitar iniciativas empresariales turísticas en espacios intervenidos o no por la mano del hombre.	Se puede desempeñar como: planificador y asesor de proyectos turísticos, gerente de complejos turísticos, director y asesor de organizaciones turísticas, administrador de centros de entretenimiento y recreación, administrador de empresas de transporte turístico, gerente de agencias de viajes y oficinas de aerolíneas, administrador de hoteles y alojamientos, ejecutivo de promoción turística, guía turístico, organizador de congresos y convenciones, organizador de eventos sociales y empresariales, administrador de clubes sociales y restaurantes, director de museos, gerente de empresas de servicios turístico, capacitador y asesor en las áreas de turismo sostenible, gestor de su propia empresa turística.

Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
	Administración turística y hotelera	Licenciatura	El profesional tendrá una amplia capacidad de servicio, preparación especial para ser ejecutivos y directivos de la industria turística y hotelera, capaces de poder conjugar la cultura general y la profesional con una actitud ética que coadyuve a incidir, perspectiva humanística en el cambio de las estructuras sociales y económicas, promoviendo la participación intelectual libre, crítica y solidaria dirigida al servicio de la sociedad nicaragüense.	El egresado estará en capacidad de desempeñarse en áreas de: Gerencia de establecimiento de alimentos y bebidas, bares, restaurantes, comiderías especiales en platillos nacionales; áreas de servicios turísticos, transporte, agencias de viajes, agencias de información turística, tour operadoras, catering, animación, preparación de juntas, eventos, congresos y banquetes; área de gerencia hotelera, alojamiento, hoteles, moteles, hospedajes, etc.; desempeñar cargos de responsabilidad como analista y consultor en entidades públicas; desarrollar proyectos basados en criterios de sostenibilidad, con organismos nacionales, centroamericanos y mundiales; la carrera del turismo es ideal para quien pretende ser independiente en la vida, ser su propio jefe.

Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
 <p>UCYT <b>UCYT</b></p>	Administración turística y hotelera	Licenciatura	El profesional desarrolla la percepción y herramientas para identificar, evaluar y desarrollar estrategias que permiten alcanzar un mayor nivel de competitividad turístico.	Áreas de la administración de empresas turísticas con conocimientos científicos y tecnológicos, agentes de cambio en las políticas de desarrollo económico del sector turismo.

Presentación de universidades para el estudio				
Alma Mater	Tipología de la carrera	Título	Perfil profesional	Campo laboral
 <p>ULAM <b>20 ULAM</b> Aniversario 1996-2016 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS</p>	Administración turística y hotelera	Licenciatura	El profesional está altamente calificado para las empresas turísticas en sus distintos tipos, gozando de aceptación por los empresarios. Un aspecto incorporado en la formación de profesionales del turismo es el espíritu emprendedor, desde una perspectiva humanista en el cambio de las estructuras sociales y económicas promoviendo la participación intelectual libre, crítica u solidaria dirigida al servicio de la sociedad nicaragüense.	Área de la administración de empresas en sus diversos tipos.

Fuente: Elaboración propia

## 9.6. Capítulo 6: Situación del mercado laboral en Nicaragua con énfasis en los jóvenes.

### *Empleo formal en Nicaragua*

Según datos del Banco Central de Nicaragua (BCN, 2016), la afiliación promedio anual del INSS ascendió 773,409 personas lo que se tradujo en un crecimiento del empleo formal de 8.9% (5.4% en 2014). Así, esta tasa se ubicó como la más alta de los últimos siete años. Este resultado fue consistente con la dinámica de la economía, y con el fortalecimiento en el registro del empleo formal. Los sectores que registraron mayor crecimiento en la afiliación promedio fueron: construcción (20.6%); comercio, hoteles y restaurantes (16.1%) y sector financiero (13.7%).

El sector que más afiliados capturó fue el comercio, hoteles y restaurantes, que aumentó en 20,531 afiliados, como resultado de la apertura y expansión de instalaciones comerciales, y del buen desempeño del sector turístico y hotelero.

### *Desempleo Juvenil.*

El desempleo juvenil es motivo de preocupación mundial. Hoy en día, tanto en Nicaragua como en el resto de países de América Latina y el mundo, es común que los jóvenes encuentren muchas dificultades para obtener un empleo, esto debido a la crisis económica y a la crisis del empleo que afecta al planeta desde 2008. La preocupación de varios gobiernos se ha centrado en este tema, lo que ha permitido el surgimiento de distintos esfuerzos gubernamentales y distintas iniciativas internacionales encabezadas por la OIT con el objetivo de poner fin a la crisis.

Los esfuerzos realizados por los diferentes gobiernos en alianza con organizaciones juveniles, empresariales y la OIT, han dado después de muchos años frutos positivos. Según datos recientes publicados en el informe *Tendencia Mundial del Mercado Juvenil 2015 de la OIT*, existe una tendencia a la disminución del desempleo juvenil y al aumento de la escolaridad en varios países del mundo, lo que representa una gran esperanza para la juventud; sin embargo, esta tendencia no se ha presentado de manera homogénea en todos los países del planeta por lo que los esfuerzos deben seguir realizándose.

En el caso de Nicaragua, las estadísticas de desempleo juvenil siguen estancadas por lo que el llamado a la acción aún está vigente a pesar de las distintas iniciativas, planes, políticas y programas impulsados por los distintos actores sociales y gubernamentales de cara a contrarrestar la crisis del desempleo juvenil.

### *Marco referencial.*

Havighurst (citado por Craig, 2009) afirma que el carácter fundamental del trabajo no es sólo en la etapa de la juventud, sino durante toda la vida. Él sistematizó una serie de fases o períodos en la vida del trabajador que van desde la exploración hasta la decisión y ejecución vocacional, llamado “ciclo ocupacional”, y plantea que entre los 15 y 25 años los seres humanos necesitan escoger su ocupación, prepararse para ella y adquirir experiencia laboral. Adquirir experiencia laboral forma parte esencial de una de las tareas del desarrollo en la juventud, que según Levinson (1986) es

“forjarse una carrera” entre los 17 y 22 años con el fin último de poder lograr un ingreso pleno a la vida adulta y configurar su estructura vital entre los 23 y 28 años.

Ahora bien, dentro del contexto nacional, si seguimos el orden cronológico establecido por el Ministerio de Educación (MINED), en el que se ingresa a primer grado de primaria a los 6 años, una persona debe ser bachiller hacia los 17 años, edad en la que se presume el inicio de un proceso de educación terciario que en promedio tiene una duración de 5 años. De esta manera podemos afirmar que el sistema educativo en Nicaragua está diseñado para que los individuos sean profesionales a los 21 años y a esta edad se inicie la vida laboral. (Tórrez M. & Lau G., 2016). Sin embargo, hay quienes se insertan a la vida laboral antes o después, teniendo o no una formación técnica o superior.

La ley N° 870 de la Familia refuerza e impulsa lo que el sistema de educación promueve, en su artículo 276 “Obligaciones derivadas de la autoridad parental” expresa textualmente:

*“El padre y la madre para efectos de ejercer las obligaciones o responsabilidades derivadas de la autoridad parental deberán proporcionarle para el cuidado y crianza de sus hijos e hijas un hogar estable, alimentos adecuados y proveerlos de todo lo necesario para su desarrollo integral hasta que cumpla la mayoría de edad en la aplicación de esta función debe tenerse en cuenta las capacidades y aptitudes del hijo o la hija, preservando la dignidad de estos. Si el hijo o la hija alcanzaran su mayoría de edad y siguieren estudiando de manera provechosa tanto en tiempo como en rendimiento deberán proporcionales alimentos hasta que concluya sus estudios o haya adquirido una profesión u oficio. Una vez cumplidos los veintiún años cesará dicha obligación. Los padres y las madres están obligados a cuidar la vida de sus hijos e hijas desde el momento de su concepción”.*

De igual manera el literal “a” del artículo 332 sobre “Cesación en la obligación de dar alimentos”, expresa:

*La obligación de dar alimentos cesa: a) Cuando los hijos e hijas alcancen la mayoría de edad. Los mayores de edad podrán seguir recibiendo alimentos hasta que cumplan los veintiún años de edad, cuando están realizando estudios, siempre y cuando no hayan contraído matrimonio ni se hayan declarado en unión de hecho estable y no estén laborando.*

Estos artículos si bien no se conceptualiza de manera explícita juventud, sí se evidencia que en Nicaragua a nivel legislativo y educativo, existe una relación innegable entre juventud y trabajo, al obligar la ley a todas las personas a partir de los 21 años a buscar su propio sustento, hecho que se encuentra inherente a la lucha por la inserción al mercado laboral

*Trabajo derecho de la juventud.*

El derecho al trabajo, es un derecho subjetivo sensible e importante, es el que permite a la persona realizarse plena y productivamente, garantizándole alcanzar condiciones de vidas dignas para sí y su familia. Es por ello, que uno de los pilares más importantes del derecho al trabajo es el salario, cuya naturaleza es de orden



alimentario. Por tal razón, el trabajo y el salario abren las puertas al goce y disfrute de otros derechos como la alimentación, la vestimenta, recreación, formación, vivienda, etc.

En Nicaragua, el derecho al trabajo está reconocido y regulado ampliamente por la normativa nacional. La Constitución Política, reconoce en el artículo 80 que el trabajo es el medio fundamental para satisfacer las necesidades de la sociedad, de las personas y es fuente de riqueza y prosperidad de la Nación, en consecuencia, es deber del Estado procurar la ocupación plena y productiva de todos los nicaragüenses. Por su parte el Código del Trabajo, reconoce en sus títulos preliminares que el trabajo es un derecho y una responsabilidad social. (Tórrez M. & Giovanni L., 2016).

#### *Igualdad al trabajo.*

En el país se reconoce la igualdad como un principio fundamental, a pesar de ello, podemos notar que la realidad arroja que existen desigualdades en el acceso al trabajo; mujeres, colectivo LGTBI (lesbianas, gays, transexuales, bisexuales, intersexuales), personas con discapacidad, indígenas y jóvenes, están dentro de los principales grupos que enfrentan barreras para acceder a un empleo.

Además, del marco jurídico general, Nicaragua cuenta con la Ley de Promoción del Desarrollo Integral de la Juventud que establece en su artículo 5, numerales 1 y 9 que los jóvenes tiene derecho a la “vida y condiciones humanas dignas, para que se desarrollen personal, familiar y socialmente” así como derecho de “acceder a un empleo con salario justo y ser sujeto de políticas de promoción del acceso al mercado de trabajo que posibiliten ingresos y recursos para él o sus familias que mejoren sus condiciones de vida”.

En esta ley, el Estado asume un compromiso claro: “se promoverá que las instituciones estatales y privadas, de conformidad a la necesidad de las misma, contraten como mínimo el 30% de mano de obra juvenil”, adicionalmente, la ley 392 orienta al Estado a crear políticas públicas que favorezcan la inserción laboral de los jóvenes.

En marzo de 2012, el Estado de Nicaragua representado por distintas instituciones, junto a la empresa privada y a representantes de sindicatos nacionales, suscribió el *Acuerdo de Colaboración Conjunta “Para la Juventud Trabajo Digno y Decente”* en el que reconocen la crisis y la problemática del desempleo juvenil como un reto nacional y se comprometen a realizar los esfuerzos necesarios para promover el empleo juvenil.

Este mismo año, el gobierno de Nicaragua crea el *Plan Nacional de Empleo y Trabajo Digno y Decente para las Juventudes de Nicaragua 2012-2016*, sin que hasta ahora se conozcan los resultados e informes del avance y ejecución de este plan.

Adicional a las anteriores iniciativas, en la Asamblea Nacional existieron dos proyectos relacionados con este tema la *Ley de Contrato de Primer Empleo Juvenil* y *Ley de Pasantías*; la primera presentada por el diputado Alberto Lacayo Arguello en 2012, consiste en promover un programa de empleo dirigido a jóvenes entre 18 a 30 años recién graduados de universidades o institutos técnicos superiores, a cambio de

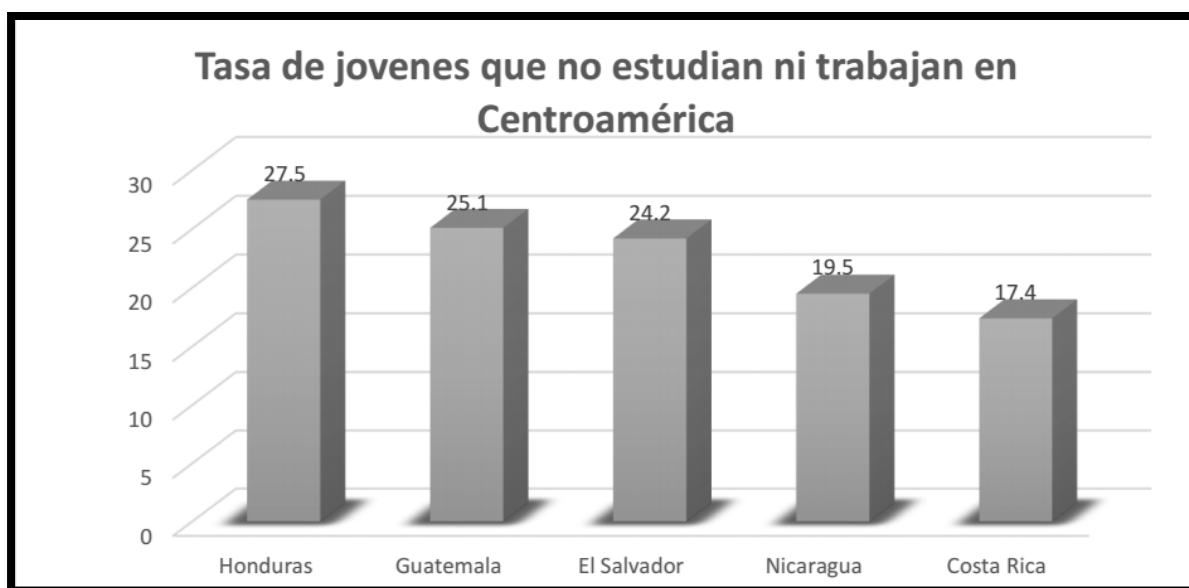
incentivos fiscales a las empresas privada y/o del Estado, esto quiere decir, que al momento de la declaración anual y pago del impuesto sobre la renta, los empleadores tendrán derecho a deducir el 50% el primero año, un 35% el segundo año y un 20% el tercer año de los salarios pagados a los trabajadores contratados bajo este régimen y, una vez finalizado el tercer año de vigencia del contrato de primer empleo cesarán los beneficios. Pero nunca entro a consulta en la Asamblea por tal razón los organismos juveniles están elaborando una nueva propuestas más integral.

*Contexto actual.*

Un estudio reciente, publicado en el mes de abril de 2016 por el Banco Mundial, revela que aproximadamente 20 millones de jóvenes en América Latina no estudian ni trabajan, lo que representa el 20% del total de población de la región. El 60% de estos jóvenes vienen de hogares pobres y/o vulnerables.

A nivel Centroamericano se estima que existen aproximadamente 2 millones de jóvenes que no estudian ni trabajan; cifra que representa el 20% de la población joven de la región. Estos datos se agravan en países como Honduras y Guatemala donde los índices de exclusión son mayores. (Ver gráfico 2).

**Gráfico 2: Tasas de jóvenes que ni estudian ni trabajan.**



Fuente: Tórrez M. & Lau G. 2016

En Nicaragua de los 6 262 703 de habitantes, la población joven es mayoritaria, se estima aproximadamente el 30.91% de la población nacional se encuentra entre los 15 y 29 años de edad. (BCN, 2016).

Según estadísticas nacionales, 3.1 millones de personas conformaban la población económicamente activa (PEA) en Nicaragua de los cuales 1.4 millones son jóvenes, según la Encuesta de empleo publicada en 2011 por el Instituto Nacional de Información y de Desarrollo (INIDE).

El índice de desempleo juvenil en Nicaragua ronda el 40% de la población joven, con un origen multicausal, entre las causas que contribuyen al desempleo juvenil se pueden mencionar la insuficiencia dinámica de la economía y las características del crecimiento; las exigencias o expectativas de los jóvenes con relación al empleo esperado; la insuficiencia del capital humano, tanto de educación como de experiencia y finalmente, los factores relacionados con la rigidez del mercado del trabajo, en particular, con los costos de contratación y despidos jóvenes y los niveles de salarios mínimos.

Según datos publicados por el periódico La Prensa, en los que citan fuente del Quinto Informe del Estado de la Región en Desarrollo Humano Sostenible 2016; expresa que las oportunidades de que los jóvenes encuentren un empleo en Nicaragua disminuye por crecimiento en la tasas de desempleo nacional y juvenil de un 3.4% en 2008 a un 3.9% en 2013. El informe resalta que el grupo de edades entre 20 y 24 años es el más afectado la razón es que los jóvenes tienen más dificultad para encontrar empleo por su falta de experiencia y baja calificación.

El mismo informe revela que en Nicaragua para las personas con nivel universitario la tasa de desempleo aumenta entre 1 y 3.4%.

Pero cuál es el trasfondo real de todo lo planteado, según entrevistas realizada por La Prensa a egresados de diversas carreras exponen que las empresas piden una serie de requisitos, entre los cuales predominan, el dominio de otro idioma y en específico del inglés, experiencia de por lo menos dos años. Igualmente, expresan que “hay pocas oportunidades y solo se limitan a ofrecen pasantías cuando uno lo que necesita es percibir al menos una pequeña cantidad de dinero para salir a delante en la vida”, otro joven aduce que “las empresas piden una serie de requisitos que para cumplirlos hay que esforzarse mucho”.

Pero hay un dato aún más curioso, un 58% del total de la juventud se encuentra en una situación de subempleo, seis de cada diez jóvenes consiguen empleo bajo la informalidad, en la economía sumergida, empleos sin contrato, derechos, ni protección social, esta realidad conduce al desaliento a muchos jóvenes, ante la falta de expectativas profesionales, deciden no estudiar no buscar trabajo, exponiéndose de forma muy directa a la exclusión social.

Pero, ¿qué hacer ante esta situación?, para la economista independiente, Adela Ubau, expone que para mejorar es necesario una combinación entre lo que aprende el estudiante en el aula de clases con la formación en el lugar de trabajo o lo que demanda el mercado laboral. El mercado de trabajo presenta un problema estructural de largo alcance, relacionado con los jóvenes y la forma de organización de la transición de la universidad al mundo laboral, porque existe un desajuste entre la cualificación de los egresados y las competencias profesionales que demandan las empresas. Agrega, que para ello es necesaria la estrecha colaboración entre gobierno, empleadores, sindicatos e instituciones de formación y tener presente la relevancia de una alianza. Esa alianza es fundamental y debe adaptarse a las circunstancias económicas y sociales a fin de ayudar a los jóvenes a superar la llamada trampa de

trabajo (inexperiencia) debido a que el recién egresado tiene muchas ventajas para el mercado laboral, porque posee ideas nuevas conoce las demandas del consumidor, adopta tecnologías con facilidad y se adapta a un mercado cada vez más diverso.

En otra instancia, la economista Elizabeth Membreño, opina que a los profesionales hay que brindarles un espacio de inserción laboral que pueda ser paulatina y con reglas claras sobre lo que necesita la empresa y el aporte del profesional a la misma. Complementa que es importante que hubieses una bolsa de empleo nacional para que se canalice la demanda de empleos y así se orienten las tendencias que el mercado necesita como fuerza laboral y el joven recién egresado pueda saber dónde acudir.

En un entorno más específico sobre el tema de investigación, en la revista de turismo, Entorno Turístico, expone que las instituciones educativas encargadas de desarrollar futuros profesionales y líderes, son las responsables de dar a conocer y desarrollar en el estudiante las habilidades adecuadas para poder competir en un mundo cada vez más demandante, y si estas instituciones no cumplen su labor, debe ser responsabilidad de cada persona, buscar la manera de adquirirlas.







El mercado laboral turístico es multifacético por tal razón el egresado en Turismo debe estar en constante aprendizaje, entre los requerimientos más importantes están el deseo de trabajar, aprender y superarse, el tener dominio de idiomas y en especial inglés, carisma, puntualidad, espíritu de servicio y una agradable sonrisa.

## 9.7. Capítulo 7: Principales hallazgos del estudio

### 9.7.1. Análisis comparativo de los planes de estudio de las universidades en las que se realizó el estudio

El plan de estudio son las enseñanzas organizadas por una universidad que conducen a la obtención de un título universitario, por esta razón, es de gran relevancia realizar un análisis de los planes de estudio de las universidades-UAC (ver anexo 10); UCC (ver anexo 11); UNICIT (ver anexo 12); UNIVALLE (ver anexo 13); UCYT (ver anexo 14); ULAM (ver anexo 15)- en cuestión. (Ver tabla 4).

**Tabla 4: Análisis comparativo de las universidades.**

Alma Mater	Titulo ofertado	Duración	N° de asignaturas	Asignaturas		
				Especializadas	Complementarias	Comunes
 UAC	Licenciatura en Admón. Turística y Hotelera	Regular: 4 años Sabatino: 5 años	60	25	30	5
 UCC	Licenciatura en Admón. De Empresas Turística y Hotelera	4 años	59	25	29	5
 UNICIT	Licenciatura en Admón. De Empresas Turística y Hotelera	Regular: 4 años Dominical: 4 años	47	14	27	6
 UNIVALLE	Licenciatura en Administración Turística y Hotelera	Regular: 4 años Sabatino: 5 años	48	10	31	7
 UCYT	Licenciatura en Administración turística y hotelera	Regular: 4 años Sabatino: 5 años	51	24	22	5
 ULAM	Licenciatura en Administración Turística y Hotelera	4 años	45	19	20	6

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla anterior, se realizó un conteo de las asignaturas que imparte cada universidad, estas a su vez se clasificaron en asignaturas comunes, que sin importar la carrera son obligatorias de cursar (español, metodología de la investigación, formulación y evaluación de proyectos); asignaturas complementarias, estas son las materias que suplementan el plan de estudio en el caso de turismo, serian clases administrativas, financieras y contables, marketing, inglés, entre otras (Contabilidad, administración, matemáticas, investigación de mercados, relaciones públicas) y; asignaturas especializadas, que son las dirigidas a adquirir conocimientos de la carrera en específico (introducción al turismo, legislación turística, historia y geografía nacional e internacional, operación de agencias de viajes y transporte, inglés técnico turístico).

Las universidades en estudio, tiene entre 45 a 60 asignaturas de las cuales de 5 a 7 son comunes, de 19 a 31 son complementarias y entre 14 a 25 especializadas y se pueden finalizar entre 4 a 5 años dependiendo de la modalidad y universidad. Se consiguió identificar que universidades como UNIVALLE, UNICIT y ULAM poseen perfiles más administrativos contando con 31, 27 y 20 asignaturas complementarias respectivamente y, universidades con UAC, UCC y UCYT se caracterizan por contar con un perfil más enfocado al turismo y la hotelería, las dos primeras con 25 y la última con 24 asignaturas especializadas.

Los planes de estudio, a su vez deben estar bien formulados para que el universitario logre adquirir y pueda desarrollar todas las competencias necesarias para su inserción laboral y diferenciarse en el mercado profesional. Según el economista Hauke Maas, en la presentación del informe *Competencias que demandan los empleadores en Nicaragua y la inserción laboral de los egresados universitarios*, publicado por FUNIDES, clasifica las competencias demandas en tres tipos, competencias cognitivas, competencias socioemocionales y competencias técnicas. En las *cognitivas* destacan, dominio del idiomas, pensamiento crítico y creativo, capacidad de resolver problemas, análisis de prioridad, criterio lógico y sentido común; entre las *socioemocionales* se encuentran, la capacidad de adaptarse a nuevas situaciones, demostrar iniciativa, capacidad de trabajo en equipo, demostrar autocontrol en situaciones de estrés laboral, que sea honesto, entusiasta y cortés; y las *competencias técnicas*, se identifica con saber manejar maquinaria, equipos técnicos e instrumentos específicos, saber utilizar programas informáticos básicos y especializados, adaptabilidad a nuevas tecnologías.

Por tal circunstancia, los planes de estudio deben estar íntimamente ligados entre los conocimientos teóricos y prácticos, con el objetivo de dar un conocimiento global, complementando con experiencias vividas en la práctica, enseñar a los universitarios adaptarse a las situaciones inesperadas, desarrollar en ellos la investigación y creatividad como parte de su estilo de vida y no solo en los casos que se exijan por las necesidades. Considero que hay mucho por mejorar con respecto a los planes de estudios de forma general, pero no se puede negar que algunas universidades ya están en la labor de modificarlos adecuándose a las nuevas exigencias del mercado laboral.

### 9.7.2. Resultados y análisis.

Para la realización del trabajo de campo se presentaron algunas limitantes que han afectado los resultados finales de la investigación, entre ellos está la negación por parte de las universidades en colaborar y proporcionar información que ayudara al enriquecimiento del estudio.

Por tal razón, se vio en la necesidad de buscar información que respaldara los derechos que como ciudadanos tenemos sobre acceso a la información, los resultados no fueron los esperados pero se considera lo siguiente relevante para reflexionar:

En la Ley de Acceso a la Información Pública, capítulo VIII, artículo 45, cita textualmente:

*“Las Universidades públicas y privadas y los Institutos Técnicos incluirán dentro de sus actividades académicas curriculares y extracurriculares, temas que promuevan la importancia social, política y económica del ejercicio del derecho de acceso a la información pública y del derecho de Hábeas Data. La Comisión Nacional de Educación, impulsará conjuntamente con instituciones de educación superior, la integración de un centro de investigación, difusión y docencia sobre derecho de acceso a la información pública, que promueva la socialización de conocimiento sobre el tema y coadyuve con la Comisión en sus tareas sustantivas”.*

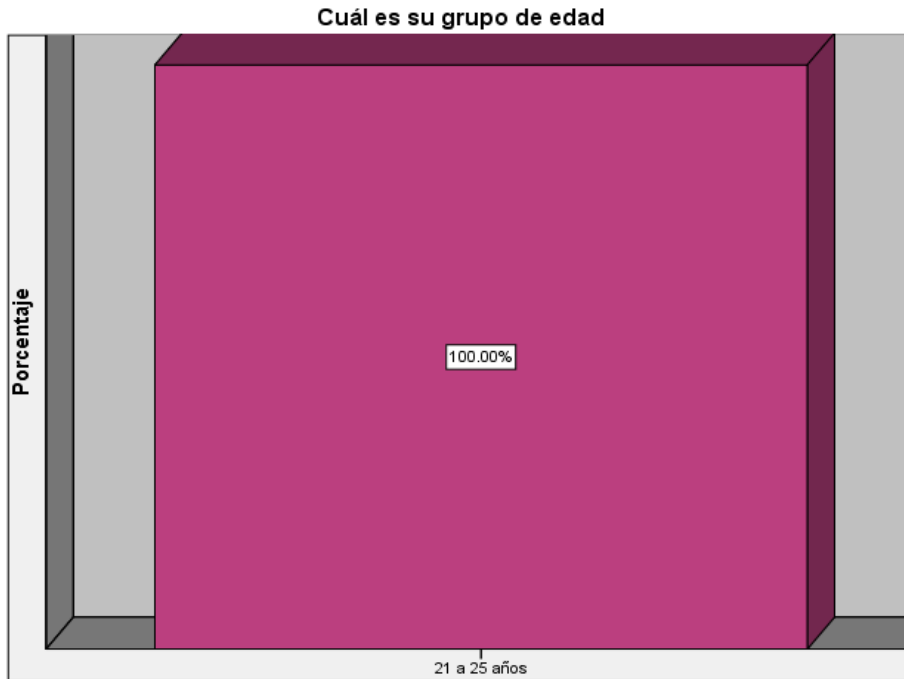
Es cierto que el artículo se refiere a la información pública, las instituciones educativas tiene un papel importante en la promoción de acceso a la información, pero que pasa cuando las misma instituciones educativas esta renuentes a brindar información sobre ellas mismas, y en específico las universidades privadas, a pesar de su índole “privada” estas no pueden ser consideradas “empresas” privadas como tal, sino como instituciones educativas privadas esto quiere decir que al igual que otras instituciones educativas, entre sus principales objetivos debe estar la promoción y desarrollo de la investigación, acceso a la información, así como apoyar a la comunidad en general con investigaciones sociales que les competen a todos.

9.7.2.1. Análisis del cuestionario dirigido a los egresados.

**Identificación de datos generales**

Resultado de cuestionario 1: Edad.

Gráfico 1.1.



El 100% de los encuestados están en el rango de edad de 21 a 25 años, una edad bastante temprana para terminar los estudios de pregrado.

Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 2: Sexo

Gráfico 2.1.

El 63% de los participantes fueron mujeres y un 34% hombres.

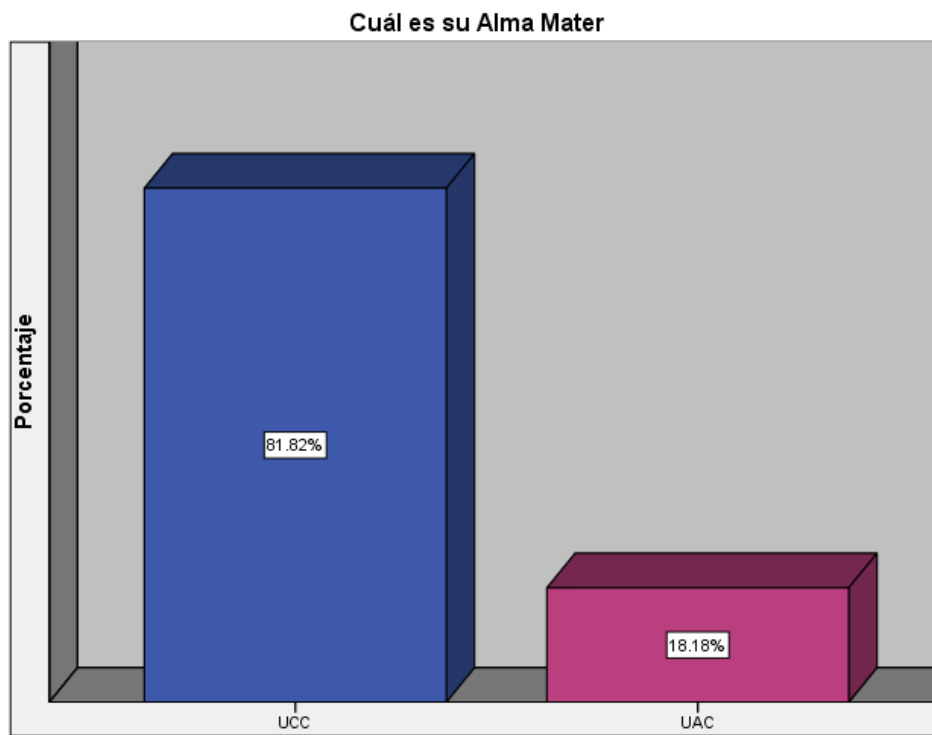


Fuente: Elaboración propia.



### Resultado de cuestionario 3: Alma Mater

Gráfico 3.1.



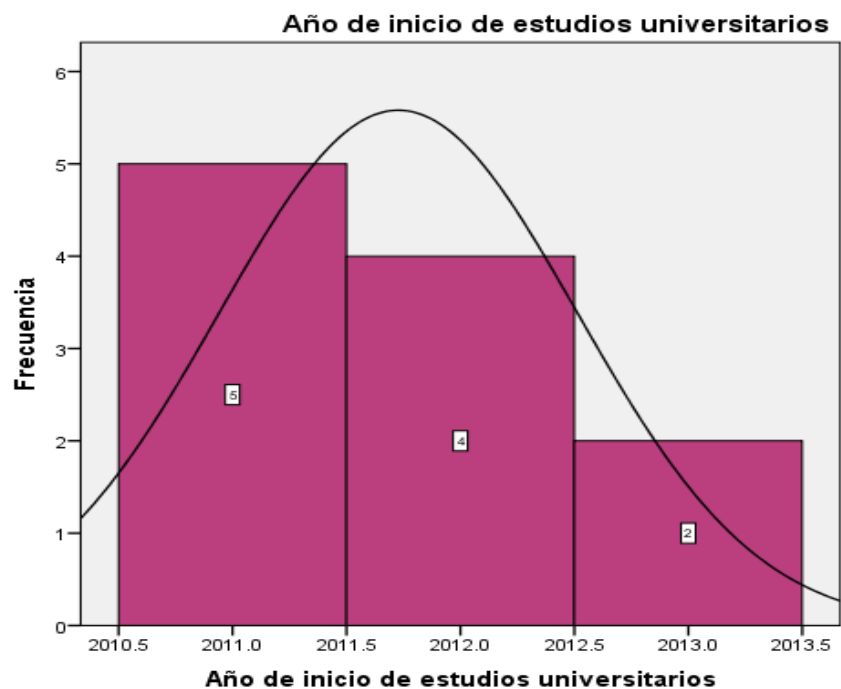
La mayoría de los encuestados egresaron de la UCC con el 82% y 18% de UAC.

Fuente: Elaboración propia.

### Resultado de cuestionario 4: Inicio de estudios

Histograma 4.1.

En el año 2011; 5 (46%) de los encuestados ingresaron estudiar, 4 ingresaron 2012 (36%) y 2 ingresaron en 2013 (18%).

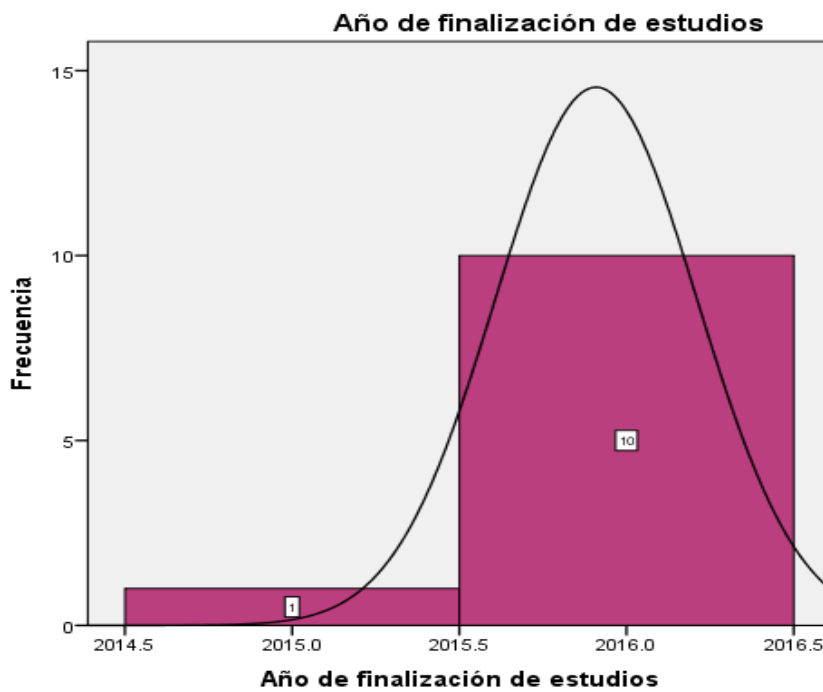


a  
en

Fuente: Elaboración propia

## Resultado de cuestionario 5: Finalización de estudios

Histograma 5.1.



El 91% de los encuestados finalizó estudios en el 2016 y un 9% en 2015.

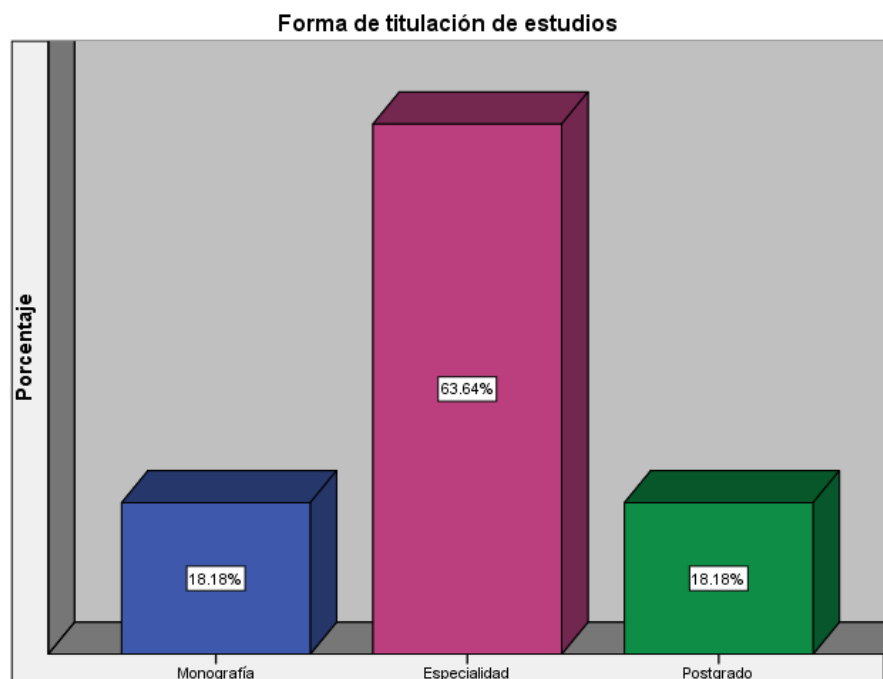
Fuente: Elaboración propia.

## Resultado de cuestionario 6: Forma de titulación

Gráfico 6.1.

El 64% se tituló por medio de especialidad y, en la modalidad de monografía y postgrado 18% cada uno.

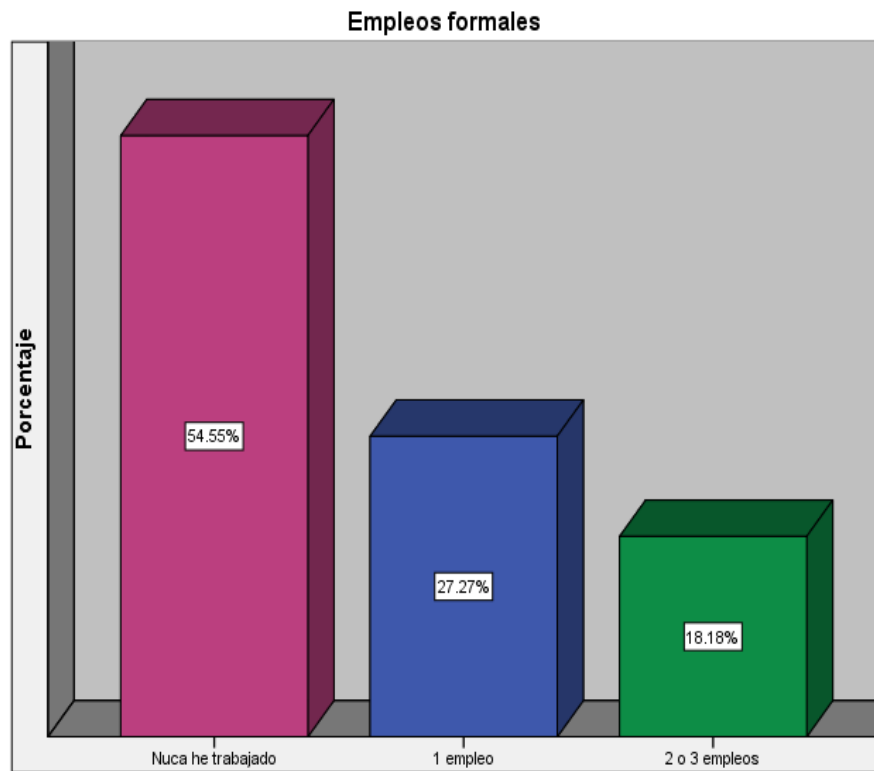
Fuente: Elaboración propia.



## Resultado de cuestionario 7: Empleo formal

Gráfico 7.1.

El 55% de los encuestados nunca ha trabajado, el 27% ha tenido un empleo formal y solo el 18% ha tenido de 2 a 3 empleos formales.



Fuente: Elaboración propia

## Entorno Actual

### Resultado de cuestionario 8: Situación Laboral

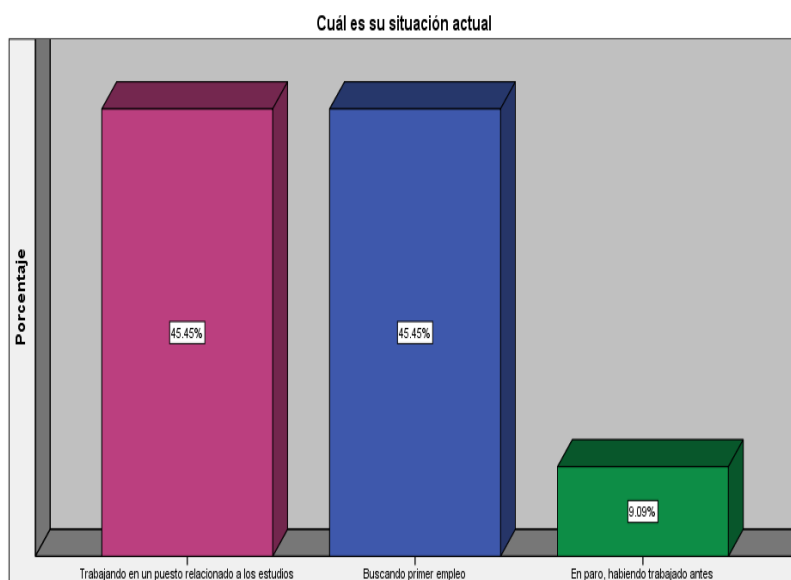


Gráfico 8.1.

El estado de “trabajando en un puesto relacionado a los estudios” y buscando primer empleo son los estados con mayor frecuencia ambas con 45% y el estado en paro habiendo trabajado antes el 9%.

Fuente: Elaboración propia.

## Trabajo

Resultado de cuestionario 9: Trabajando en el sector

Gráfico 9.1.

El 83% de los encuestados que están laborando lo hacen en el sector y un 17% en un sector distinto.

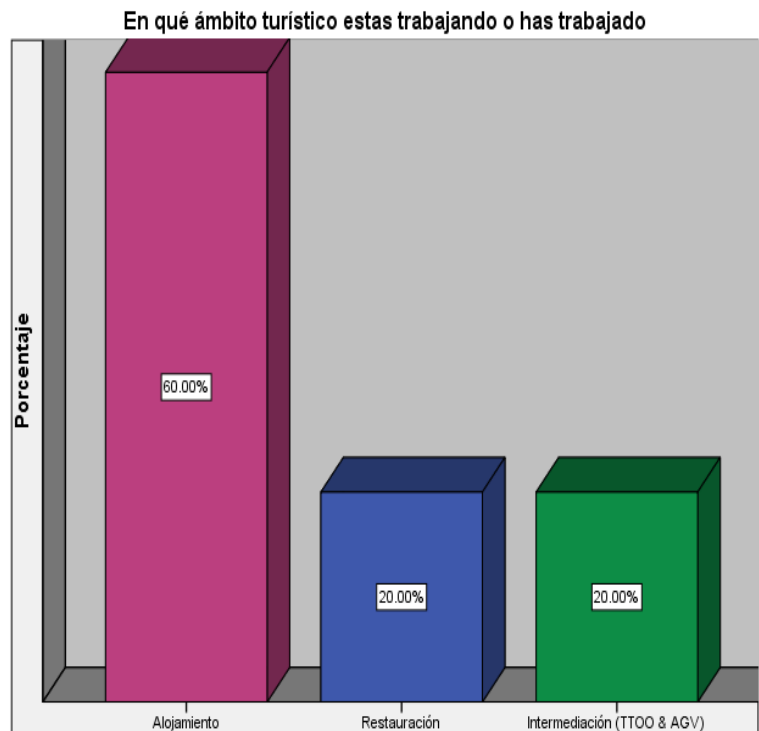


Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 10: Ámbito Turístico

Gráfico 10.1.

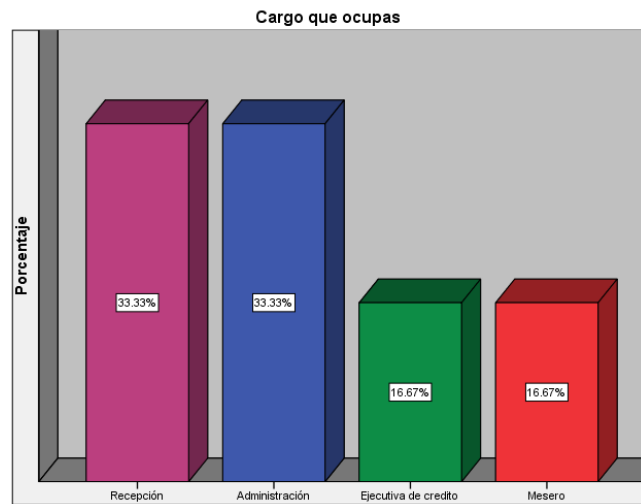
Entre los ámbitos turísticos más populares están alojamiento con el 60%, restauración e intermediación como un 20% cada uno.



Fuente: Elaboración propia

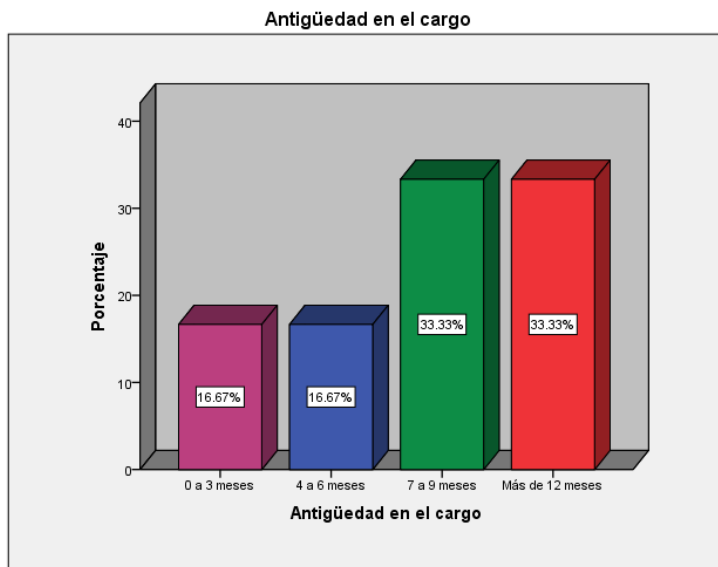
### Resultado de cuestionario 11: Cargo ocupado Gráfico 11.1.

Los puestos de trabajo ocupados por los encuestados son administración y recepción con el 33% cada uno y mesero y ejecutivo de crédito en el sector de banca con un 17% cada uno.



Fuente: Elaboración propia

### Resultado de cuestionario 12: Antigüedad en el empleo Gráfico 12.1.

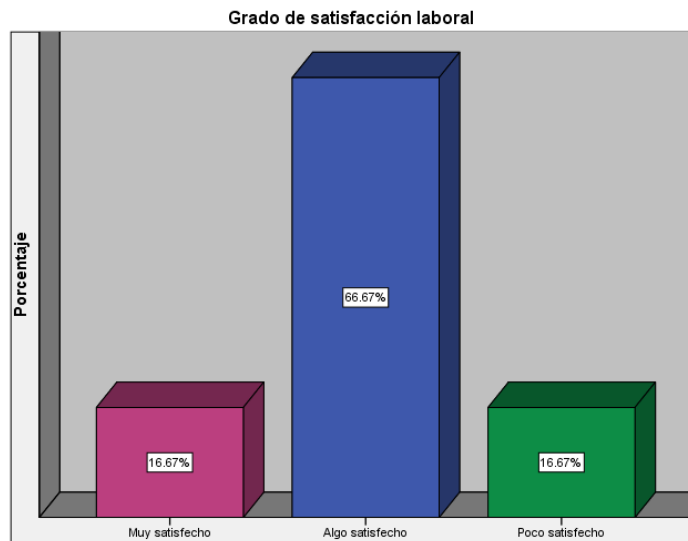


El tiempo de estabilidad laboral más frecuente entre los encuestados es más de 12 meses y 7 a 9 meses con 33% cada uno; de 0 a 3 y 4 a 6 meses 17% cada uno.

Fuente: Elaboración propia

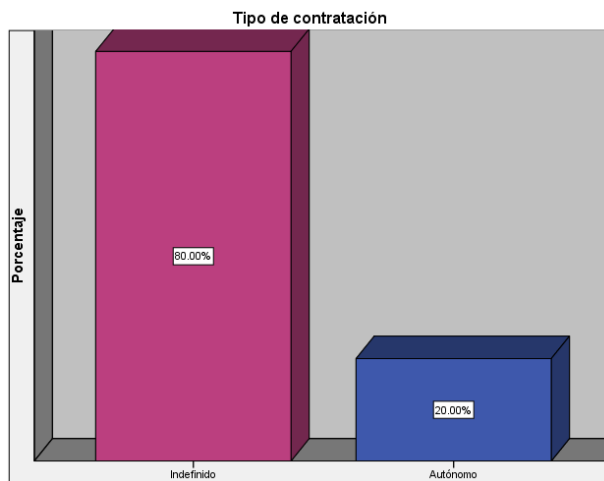
### Resultado de cuestionario 13: Satisfacción Laboral Gráfico 13.1.

Entre el grupo de encuestados el 66% está algo satisfecho, 17% está muy satisfecho y otro 17% está poco satisfecho laboralmente.



Fuente: Elaboración propia.

### Resultado de cuestionario 14: Tipo de contratación Gráfico 14.1.

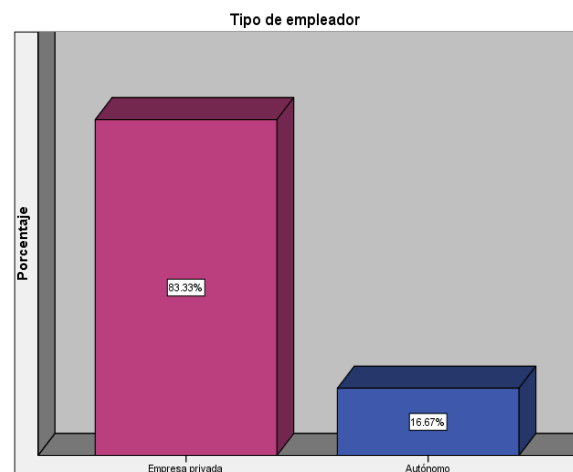


De los encuestados que están laborando, un 80% tienen un contrato indefinido y solo un 20% trabaja de forma independiente.

Fuente: Elaboración propia

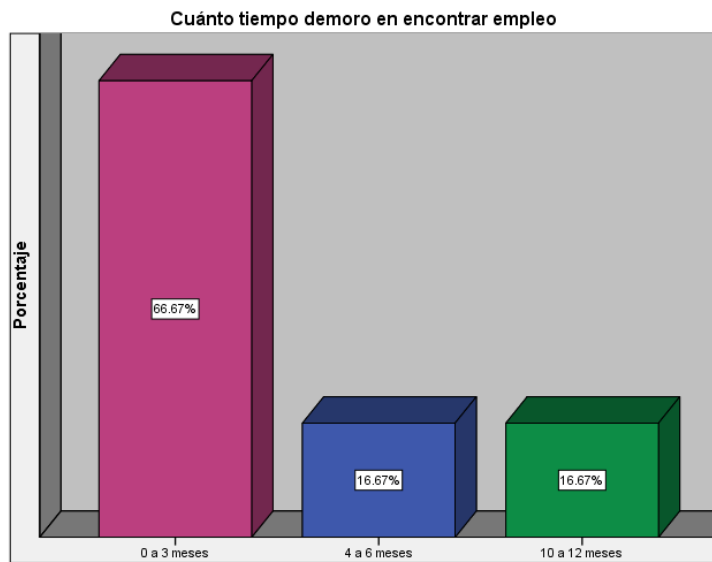
### Resultado de cuestionario 15: Tipo de empleador Gráfico 15.1.

Un 83% tiene como empleador a la empresa privada y un 17% es de forma independiente.



Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 16: Tiempo para encontrar empleo  
Gráfico 16.1.

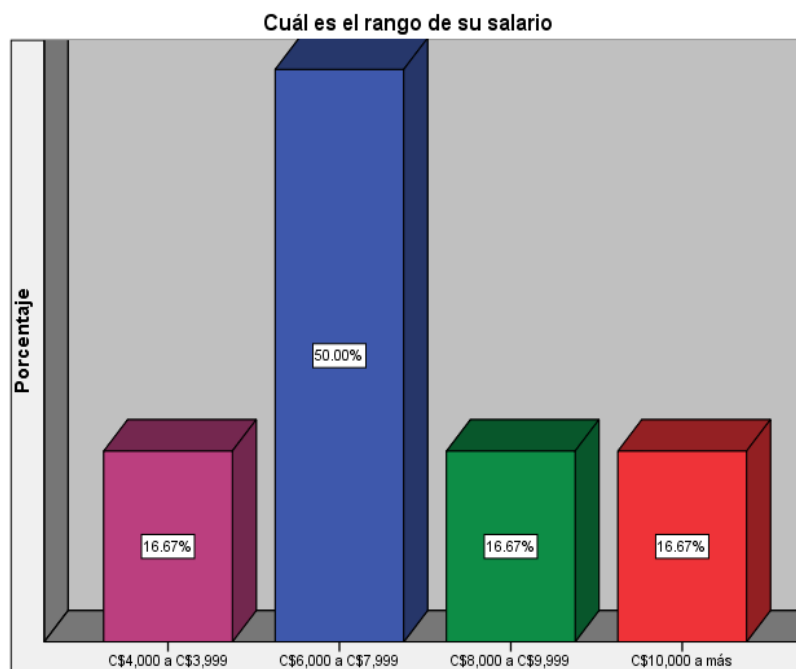


El tiempo que les tomo a los entrevistados encontrar empleo fue 66% de 0 a 3 meses, y entre 4 a 6 y 10 a 12 meses un 17% cada uno.

Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 17: Salario  
Gráfico 17.1.

Entre los encuestados que están laboran un 50% percibe un salario aproximado de C\$6,000 a C\$7,999, los salarios entre C\$4,000 a C\$5,999; C\$8,000 a 9,999 y C\$10,000 más lo goza un 16 % cada uno.



a

Fuente: Elaboración propia

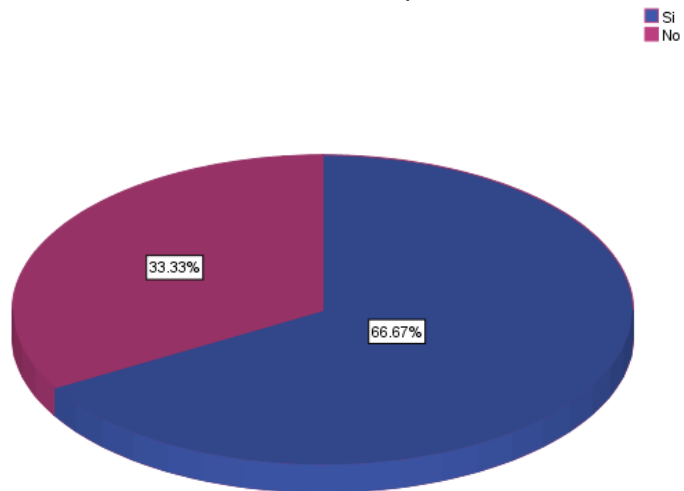
## Desempleo

### Resultado de cuestionario 18: Buscando empleo

Gráfico 18.1.

De los 11 encuestados 6 se declaran en situación de desempleo, reflejando que un 67% está buscando empleo activamente en las últimas 4 semanas y el 33% no ha buscado empleo en las últimas semanas.

Ha intentado activamente obtener empleo remunerado en las últimas 4 semana



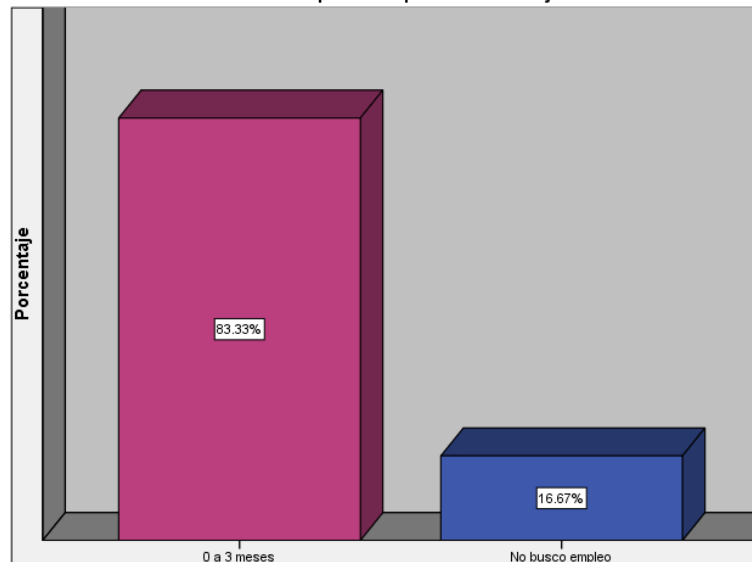
Fuente: Elaboración propia

### Resultado de cuestionario 19: Tiempo buscando empleo

Gráfico 19.1.

Entre los desempleados encuestados, el 83% tiene de 0 a 3 meses buscando trabajo y 17% no busca empleo.

Cuánto tiempo hace que busca trabajo



Fuente: Elaboración propia



## Resultado de cuestionario 20: Factores de desempleo

Gráfico 20.1.

Desempleo frecuencias		Respuestas	
		N	Porcentaje
Motivos de desempleo	Falta de adecuación de lo estudiado	5	29.4%
	Falta de experiencia	5	29.4%
	Falta de contactos	5	29.4%
	No tener iniciativa	1	5.9%
	No estar dispuesto a asumir riesgos	1	5.9%
Total		17	100.0%

Los motivos más frecuentes de desempleo son:

Falta de adecuación de lo estudiado, falta de experiencia y falta de contactos cada uno con 29% y el no tener iniciativa y no estar dispuesto a asumir riesgo un 6% cada uno.

Fuente: Elaboración propia

## Ampliando estudios

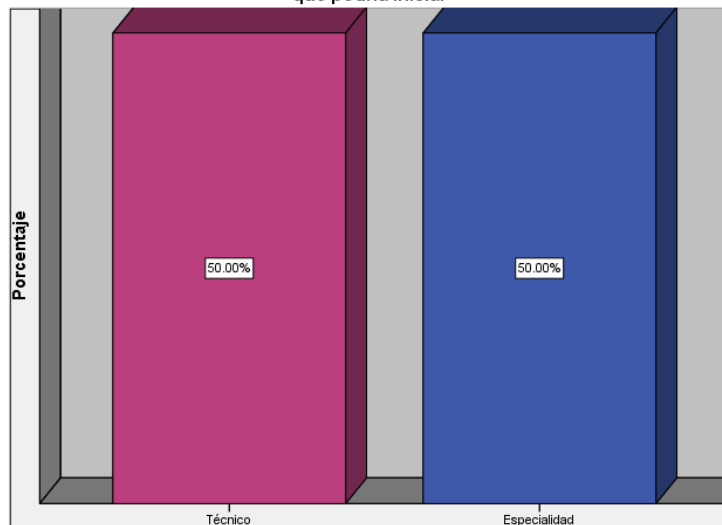
Resultado de cuestionario 21: Otros estudios realizados

Gráfico 21.1.

Del 100% de los encuestados solo el 18% (2 personas), declaro estar ampliando estudios.

Entre los estudios realizados predominan la especialidad y las carreras técnicas con un 50% cada una.

Emprendió otros estudios relacionados con su profesión o con un futuro trabajo que podría iniciar



Fuente: Elaboración propia.

Resultado de cuestionario 22: Motivo de ampliar estudios  
Gráfico 22.1.

**Ampliando estudios frecuencias**

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Motivo de ampliar estudios	Más información (Me apetecía seguir estudiando)	1	33.3%
	Facilidad de empleabilidad (Necesitaba más información)	1	33.3%
	Condicionamiento laboral (Me permitía promocionarme)	1	33.3%
Total		3	100.0%

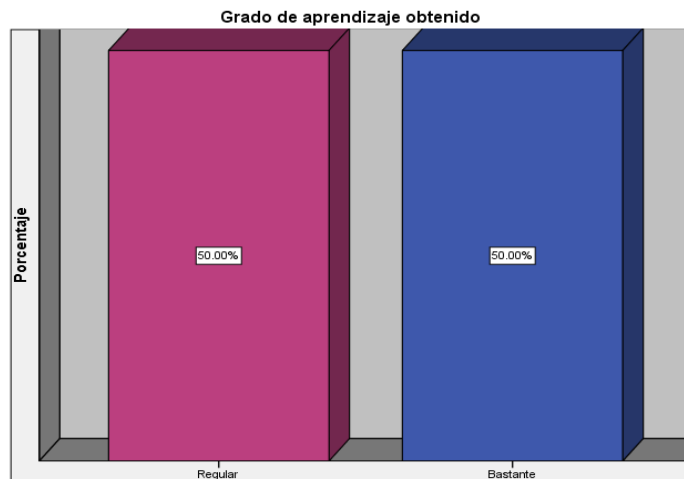
Fuente: Elaboración propia

Según resultados, los encuestados que están ampliando estudios consideran que más información, facilidad de empleabilidad y condicionamiento laboral son motivos importantes por los cual decidieron seguir estudiando.

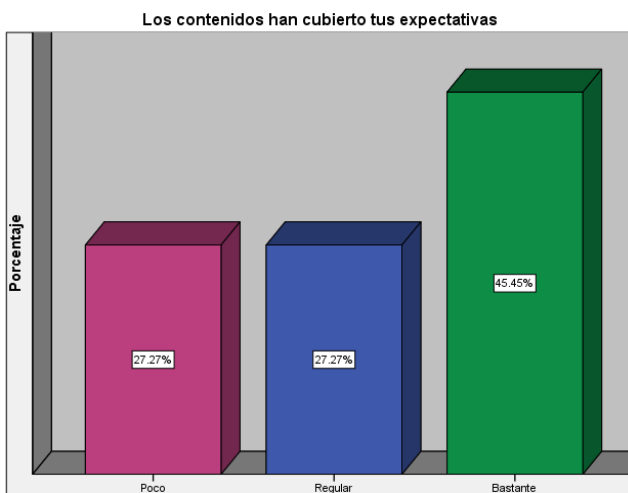
### Carrera Universitaria/ Valoración de la carrera

Resultado de cuestionario 23: Grado de aprendizaje  
Gráfico 23.1.

Los encuestados valoran su grado de aprendizaje como bastante y regular ambas con el 50%.



Fuente: Elaboración propia

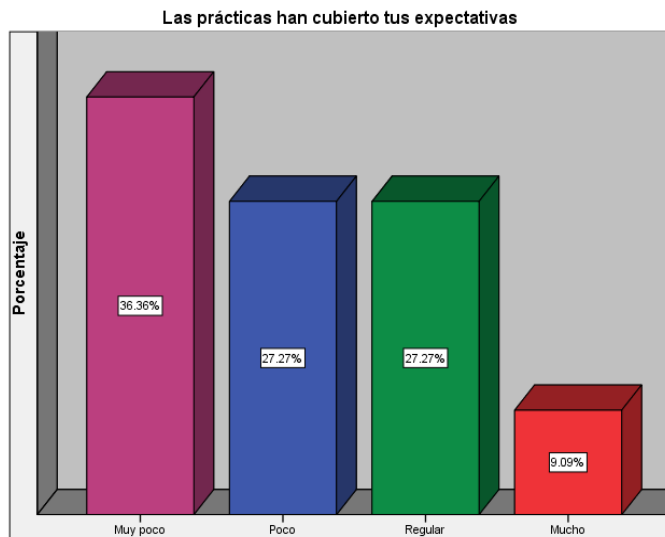


Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 24: Contenidos  
Gráfico 24.1.

Un 45% de los encuestados consideran que los contenidos han cubierto bastante sus expectativas, otros opinan, que han sido regular y pocos con un 27% cada uno.

### Resultado de cuestionario 25: Prácticas Gráfico 25.1.

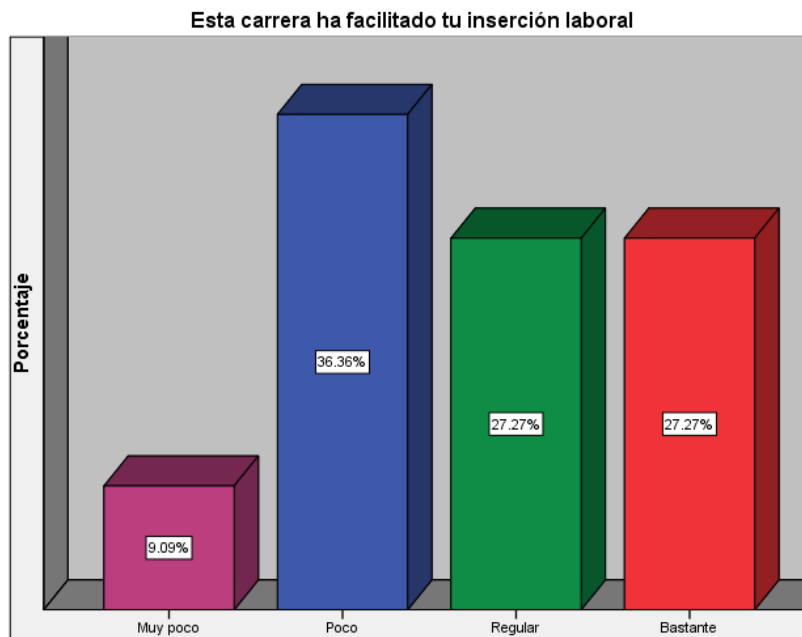


El 36% de los egresados consideran que las prácticas fueron muy pocas, 27% fueron pocas y regulares cada una y un 10% piensa que fueron muchas.

Fuente: Elaboración propia

### Resultado de cuestionario 26: Facilidad de inserción laboral Gráfico 26.1.

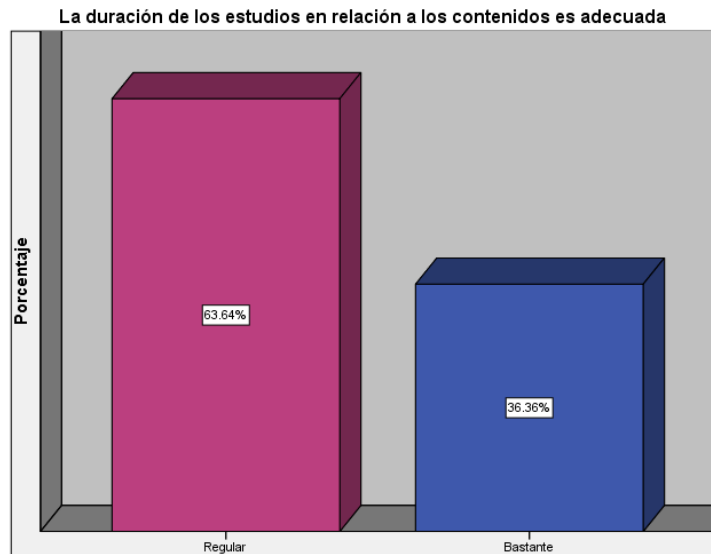
El 36% de los titulados piensan que la carrera les ayudo poco en su inserción, el 27% consideran que fue regular, otro 27% aduce que fue de bastante ayuda en su inserción y un 10% piensa que muy poco.



Fuente: Elaboración propia

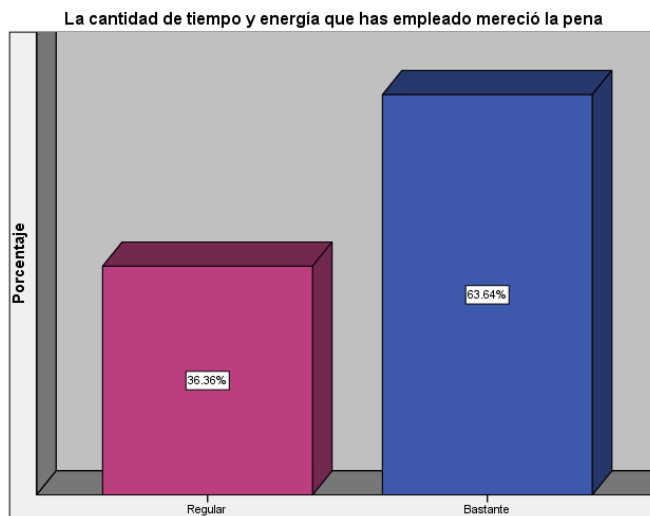
Resultado de cuestionario 27: Duración  
Gráfico 27.1.

El 64% de los egresados estima que la duración de los estudios en relación a los contenidos fue regular y el 36% de los egresados considera que la duración de los estudios en relación a los contenidos es bastante.



Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 28: Cantidad de tiempo y energía empleados.  
Gráfico 28.1.



64% de los encuestados piensan que la cantidad de tiempo y energía empleados mereció bastante la pena y un 36% considera que es regular.

Fuente: Elaboración propia

### Carrera Universitaria/ Idiomas

Resultado de cuestionario 29: inglés

Gráfico 29.1.

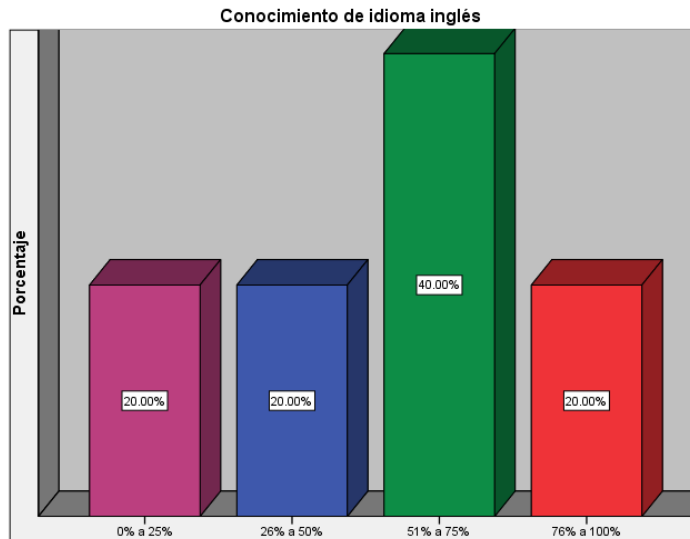
De los 11 encuestados 1 persona no tiene dominio del inglés. El resto, distribuye su conocimiento de inglés de la sig. forma:

0 a 25%= 20% de los encuestados

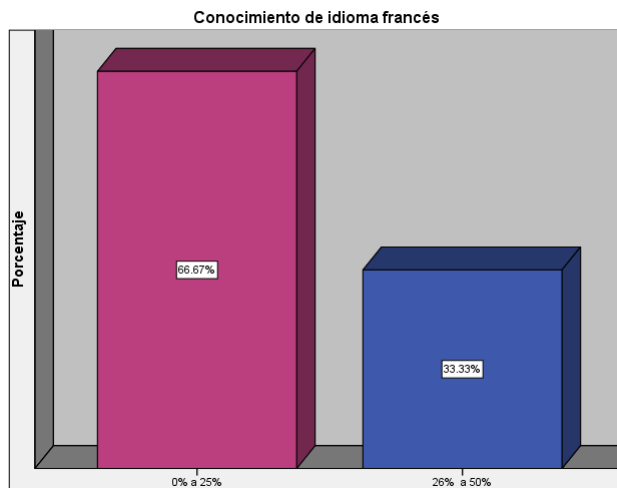
26 a 50%= 20% de los encuestados

51 a 75%= 40% de los encuestados

76% a 100%= 20% de los encuestados



Fuente: Elaboración propia



Resultado de cuestionario 30: francés

Gráfico 30.1.

Tres personas del total de entrevistados tiene dominio de francés, a continuación se distribuye su conocimiento:

0 a 25%= 67% de los encuestados

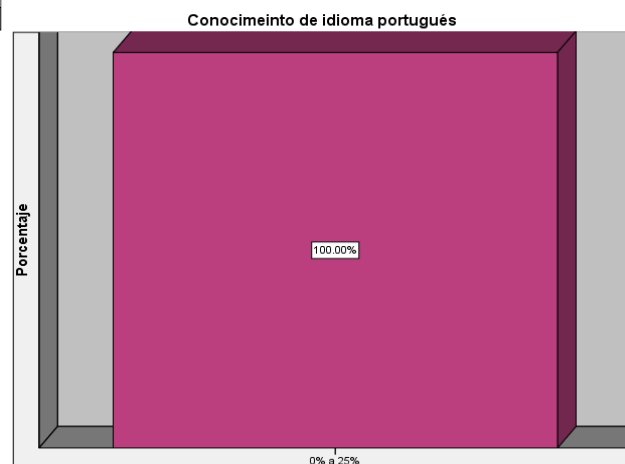
26 a 50%= 33% de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 31: portugués

Gráfico 31.1.

Solo dos de los encuestados tiene conocimiento de portugués con un dominio del 0 a 25%.



Fuente: Elaboración propia

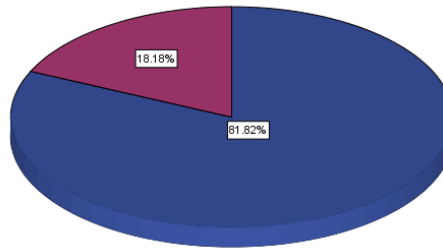
## Carrera Universitaria

Resultado de cuestionario 32: Inversión  
Gráfico 32.1.

El 82% de los analizados consideran que su inversión si valió los conocimientos adquiridos y solo el 18% piensan que no fue así.

Considera que su inversión económica en educación superior lo compensan los conocimientos adquiridos

■ Si  
■ No

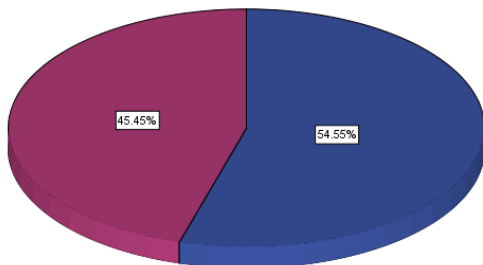


Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 33: Competencias adquiridas  
Gráfico 33.1.

Las competencias adquiridas en la universidad fueron necesarias

■ Si  
■ No



El 55% de los entrevistados estiman que las competencias adquiridas en la universidad si son necesarias para su transición laboral y un 45% opinan que no fueron necesarias.

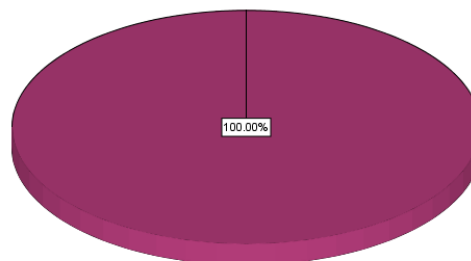
Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 34: Valor agregado  
Gráfico 34.1.

El 100% de los entrevistados está de acuerdo con que la universidad puede ofrecer algo más para su desarrollo educativo y profesional.

La universidad puede ofrecer algo más para su educación y desarrollo

■ Si



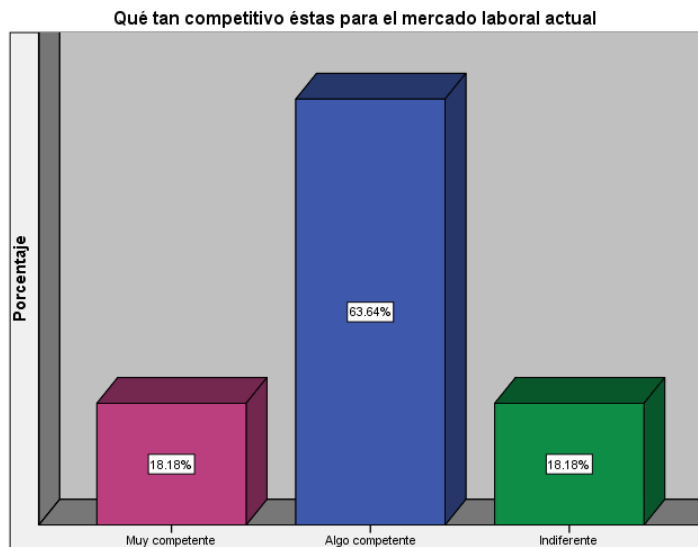
Fuente: Elaboración propia

## Percepción del mercado laboral

Resultado de cuestionario 35: Competencia

Gráfico 35.1.

El 64% de los participantes expresan que se sienten algo competentes para el mercado laboral, 18% se sienten muy competentes y otro 18% es indiferente.



Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 36: Métodos utilizados

Tabla 36.1.

### Métodos utilizados para la búsqueda de empleo

Métodos	Respuestas	
	N	Porcentaje
Haciendo gestiones para establecerme por mi cuenta	3	25.0%
Realizando entrevistas conseguidas por medio de amigos y familiares	6	50.0%
Páginas de empleo on-line y redes sociales	2	16.7%
Prácticas pre-profesionales	1	8.3%
Total	12	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Entre los métodos más utilizados para la búsqueda de empleo están:

Entrevistas conseguidas por amigos y familiares 50%

Realizando gestiones para establecerse por cuenta propia 25%

Buscando por páginas de empleo on-line 17%

Por medio de prácticas pre-profesionales 8%

Resultado de cuestionario 37: Factores que facilitan la inserción laboral  
Gráfico 37.1.

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Factores que facilitan empleo	Los estudios	7	22.6%
	La experiencia	8	25.8%
	Los contactos	9	29.0%
	Tener iniciativa	3	9.7%
	Asumir riesgos	4	12.9%
Total		31	100.0%

Según los participantes los contactos facilitan la inserción en un 29%, la experiencia en un 26%, los estudios en 23%, el asumir riesgos 13% y tener iniciativa 9%.

Fuente: Elaboración propia

Resultado de cuestionario 38: Dificultan la obtención de empleo

Gráfico 38.1.

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Aspectos que dificultan el empleo	Falta de estudios	2	6.5%
	Falta de adecuación de lo estudiado	8	25.8%
	Falta de experiencia	9	29.0%
	Falta de contactos	7	22.6%
	No tener iniciativa	2	6.5%
	No estar dispuesto a asumir riesgos	3	9.7%
Total		31	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Entre los entrevistados las dificultades para obtener empleo son:

29% falta de experiencia

26% Falta de adecuación de lo estudiado

23% Falta de contactos

10% No estar dispuesto a asumir riesgos

6 % falta de estudios

6% No tener iniciativa



Resultado de cuestionario 39: Expectativa profesional  
Gráfico 39.1.

**Expectativa profesional frecuencias**

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Expectativa en el ámbito profesional	Emprendimiento de un negocio propio	7	53.8%
	Inserción laboral con referencia a mis estudios sin importar el tiempo	3	23.1%
	Cambio de trabajo continuo en busca de experiencia diversificada	1	7.7%
	Estabilidad laboral en una misma empresa	2	15.4%
Total		13	100.0%

Fuente: Elaboración propia

El 54% de los participantes tienen pensado emprender un negocio propio, 23% prefiere una inserción laboral con referente a sus estudios sin importar el tiempo, 15% escoge estabilidad laboral en una misma empresa y 8% decide cambiar de trabajo en busca de experiencia diversificada.

Resultado de cuestionario 40: Competencias buscadas  
Gráfico 40.1.

**Competencias**

		Respuestas	
		N	Porcentaje
Competencias del mercado laboral	Competencias técnicas	2	11.8%
	Competencias cognitivas	11	64.7%
	Competencias socioemocionales	4	23.5%
Total		17	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Según los egresados: las competencias cognitivas con 65%, las competencias socioemocionales con 23% y las competencias técnicas con 12% son las más buscadas por los representantes de RRHH.

### 9.7.2.2. *Análisis a las entrevistas realizadas a decanos y/o coordinadores de carrera.*

A consecuencia de las limitaciones encontradas a lo largo de la investigación y no tener acceso a entrevistar a los representantes de la carrera de turismo en las diversas universidades seleccionadas, se requirió otras alternativas para adquirir información sobre la carrera de turismo, por ello se visitó nuevamente las universidades para dirigirse al departamento de admisión en el cual se logró encontrar información básica y meramente comercial.

En las visitas, se consiguió detectar un patrón muy peculiar, al solicitar información el personal institucional brinda únicamente los aranceles, modalidades y duración; pero no agregar porque deberían de estudiar en la universidad, que ventajas ofrecen que otras universidades no ofertan, cuál es la ventaja competitiva si seleccionan la universidad o datos relevantes como que los graduados de la universidad laboran en empresas de gran prestigio o cuanto tiempo tienen de ofertar la carrera, por nombrar algunos ejemplos, este tipo de información se considera que es de vital importancia para los jóvenes en la toma de decisiones de una carrera y una universidad, pero esto hasta la fecha no es así, lo común es guiarse por el costo pero se ignora que en realidad, es una inversión a largo plazo.

Al realizar el trabajo de campo se tuvo la oportunidad de conocer a la mayoría de los responsables de la administración de la carrera de turismo en las universidades seleccionadas, se comprendió que no todas las universidades tienen una facultad exclusiva de Administración de empresas turísticas y hoteleras para la carrera de turismo como es el caso de UCC -con el Coordinador de carrera el Lic. Rey Espinoza titulado en Turismo en la misma Alma Mater a la que sirve actualmente-, al consultar con los estudiantes el porqué de esto, contestaron que “se debe a la demanda, pocos estudiantes demandan la carrera como para abrir una facultad y mantenerla”.

Este fue el caso, de UAC que todavía para el año pasado contaba con una facultad específica en turismo y un coordinador de carrera experto en la materia, según los estudiantes de esta universidad, a la hora de realizar el estudio de campo, se encontró al Lic. Sergio González economista y abogado, Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, en la cual administra 6 carreras incluida la de turismo, él al igual que los estudiantes aduce que la carrera tiene pocos estudiantes, ya que la misma es muy costosa.

En la visita a UNICIT, se conoció a Msc. Lorena Aguilar, Decana de la Facultad de Ciencias Económicas al igual que UAC coordina 6 carreras incluida la carrera de administración de empresas turística y hotelera.

Por otra parte, al solicitar apoyo en UNIVALLE, no se logró ser atendido por el decano de la facultad, sino por la directora de Bienestar Estudiantil la Sra. Lorena Urbina que notificó de inmediato que según políticas de la universidad no se puede proporcionar información.

Seguida, la llegada a ULAM donde se fue recibido por la Sra. Karla Urbina, de Dirección de Escuela encargada de la gestión de las carreras administrativas, en ellas turismo.

Finalmente, el recorrido terminó con UCYT, con el Coordinador de la Carrera de Turismo el Sr. Elmer Vicente P.

Todos los funcionarios educativos que atendieron, se les explicó cuál era el objetivo de la presente investigación y cuál era el tipo de información que se solicitaba en su mayoría

respondieron necesitar tiempo para consultar con sus superiores la autorización de la información solicitada, posteriormente, las respuestas a la solicitud en su mayoría fueron negativas, aduciendo que según “políticas” y/o “estatutos” de la universidad no podían brindar ningún tipo de información.

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los Decanos y/o Coordinadores de carrera UAC y UCC:

Según el Coordinador de la carrera de turismo de UCC, Lic. Rey Espinoza, explica que la carrera de turismo da *inicio* como un técnico superior hace 25 años y posterior en 1997 graduó a los primeros licenciados en turismo. Agrega que las *mejoras* a la carrera han sido varias, desde un pensum académico reestructurado 2015-2020, más adecuado, homogéneo, divergente en relación a los anteriores y adaptado a las necesidades del turismo actual, también la inclusión del idioma *inglés* en el pensum académico, además, las prácticas en clase, giras de campo, visitas de familiarización, actividades extracurriculares y prácticas pre-profesionales son una de las ventajas que tiene esta Alma Mater en comparación con otras. El *perfil* de la universidad se inclina a la gerencia, pero depende de cada estudiante en que se va a especializar al concluir los estudios, la universidad brinda las pautas por medio de las *competencias* adquiridas como lo son las cognitivas, socioemocionales y técnicas todo esto gracias a la *planta docente* especializadas (40%).

En base a la experiencia del Lic. Espinoza, los *campos laborales* más populares en los egresados de UCC está el alojamiento en áreas administrativas, poca preferencia en restauración y en su mayoría optan por ser emprendedores, y trabajar de forma autónoma.

A lo largo de la vida universitaria, se busca que el estudiante asuma riesgos y aprovechen las oportunidades que se les presentan en cualquier momento, al igual se trata de dar *seguimiento* y *apoyo* en la transición laboral por medio de Proyección Universitaria, el departamento realiza ferias laborales, charlas y están elaborando un estudio sobre inserción laboral.

Comenta que las dificultades más relevantes son el déficit de profesionales en turismo que se dedica a la academia, la articulación de lo teórico con lo práctico, la escasa diversificación de la licenciatura, el poco marketing que tiene la carrera y la nueva tendencia de carreras técnicas gratuitas, dando como resultado, un número menor de estudiantes que afecta la liquidez de la universidad en poder contratar a docente más experimentados, pero un fenómeno real y palpable es la aptitud irresponsable de los jóvenes por pensar que las prácticas son recreativas y no meramente educativas, la despreocupación de los estudiantes en adquirir nuevas experiencias y conocimientos, la falta de perspectiva, convicción y desarrollo personal, la escases de humildad, accesibilidad de nuevo aprendizaje y poca tendencia para asumir riesgos.

Adiciona, que poca experiencia en el sector turístico hace que muchas de las empresas del sector no rindan y obtengan liquidez, comenta que a pesar del aumento de la actividad turística en el país los egresados y las aulas de clases se mantienen con bajo margen de estudiantes.

El catedrático sugiere a los estudiantes que si tienen la oportunidad de trabajar y estudiar en el sector lo hagan, y no se queden con una visión general de estudiar, estudiar y después de preocuparse en buscar empleo y adquirir experiencia. Otra gran equivocación de los egresados, es creer que después de finalizar los estudios optaran a un puesto gerencial sin tener experiencia previa en puestos similares, aclara que primero se tiene que pasar por cargos operativos para

adquirir una visión más clara y completa. Refuerza que la transición, para muchos será positiva y, que para otros será traumática, en otros casos será rápida, porque quizás en la familia exista un negocio que facilite la inserción del egresado, pero otros pasaran de 1 a 2 años buscando empleo. Finalmente, Espinoza insta a los egresados a ser emprendedores, ser sus propios jefes y no conformarse con ser empleados.

Por su parte, el Lic. Sergio Gonzáles expresa que la mayoría de los estudiantes de turismo de UAC, cursaron técnicos y por ende están convencidos que la carrera de turismo es la mejor opción para ellos. También, explica que entre las *mejoras a la carrera* se encuentra el plan de estudios 2017-2020, la alianza con un instituto de inglés el cual otorga 9 módulos de idioma, docentes con perfil internacional, dos clases electivas que deciden los estudiantes en base a las nuevas tendencias, entrenamiento de integración turísticas y tres veces al años giras de campo. Aduce que en las clases se trata de desarrollar las *competencias* sociales, cognitivas y técnicas que ayudan al posicionamiento laboral. (Ver anexo 27 y 28).

Añade que las *oportunidades laborales* de los egresados son amplias gracias a la diversidad de la carrera, además de los convenios institucionales, con la Empresa Nicaragüense de Puertos, Club Terraza, Hotel Seminole, Tropicgas entre otros, igualmente de tener la posibilidad de laborar para la UAC, estima que la mayoría de estudiantes inician a realizar prácticas pre-profesionales desde el tercer año de la carrera y expresa que es de gran ayuda para la obtención de experiencia.

Agrega que UAC cuenta con una asociación de egresados administrada por los mismos egresados y, que tiene con objetivo dar *seguimiento* a los universitarios después de finalizados los estudios y poder encontrar un empleo con mayor rapidez, así como, tener una bolsa de empleos actualizada.

### *9.7.2.3. Análisis a las entrevistas realizadas a representantes de RRHH del sector turístico.*

A diferencia de las universidades, las empresas turísticas se mostraron más interesadas y dispuestas a expresar su opinión y experiencias sobre las necesidades del sector.

A la vez están preocupados porque el sector es considerado un lugar de paso donde se adquiere experiencia elemental para un par de años y posterior abrirse paso a otras áreas, sectores y empleos. Es probable que la inestabilidad del sector y la falta de mejora continua se debe porque no existe un personal estable, ampliamente formado y competente. Una realidad que afecta y ahuyenta a los egresados es conocer el sector y la dinámica de trabajo hasta que culminan los estudios y no combinar los estudios con la experiencia del trabajo.

A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los representantes de RRHH:

Para este estudio se tuvo la oportunidad de entrevistar a tres profesionales del turismo, los cuales han tenido un gran trayecto y por ello han sido documentados en la presente investigación. Iniciamos con el Lic. William Cisneros, abogado y turistólogo de profesión, él con su familia administra el Hotel y Apartamentos Los Cisneros ubicado en el centro de Managua, previo a titularse de la Licenciatura en Turismo el Sr. Cisneros trabajó en una de las más prestigiosas líneas aéreas conocida como Copa Airlines en el cual logro desarrollarse profesionalmente. (Ver anexo 29).

En la segunda entrevista, se obtuvo la oportunidad de hablar con el Ing. Harold Ríos, que a pesar de no ser egresado en turismo, se dedica a esta profesión por vocación, el Sr. Ríos tiene experiencia en restauración y realizó la apertura completa del Bar-restaurant “What the Fun” (WTF) localizado en una de las zonas vivas de la capital, adicional, se encarga de la administración y promoción del Restaurante Cubano “La Bodeguita”. (Ver anexo 30)

Finalmente, en la última cita se entrevistó al Sr. Guillermo Pérez, Gerente de División de Cuartos del Hotel Intercontinental Metrocentro en Managua, el cual inició como botones en el Hotel, con el tiempo fue escalando a otros puestos (recepción y feje de recepción), para después ser transferido al Hotel JW Marriott Guanacaste (Costa Rica) como responsable nocturno y su más reciente nombramiento como Gerente de División de Cuartos en el Hotel donde inicio su trayecto profesional. (Ver anexo 31).

(Ver tabla 5).

**Tabla 5: Análisis comparativa de entrevistas a representantes de RRHH.**

Aspectos	William Cisneros	Harold Ríos	Guillermo Pérez
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Afinidad al servicio</li> <li>☛ Carisma</li> <li>☛ Disposición de aprender</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Superación personal</li> <li>☛ Carisma</li> <li>☛ Disposición de trabajar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Que tenga actitud</li> <li>☛ Ganas de trabajar</li> <li>☛ Que sonría</li> <li>☛ Espíritu de servicio</li> </ul>
<b>Importancia de estudios</b>	☛ Es relevante, pero se valora la disposición de aprender y crecer profesionalmente.	☛ Es relevante pero no es necesario, depende del requerimiento del puesto.	☛ Es una pauta para conocer el perfil de la persona, pero el título universitario no es el que marca la diferencia.
<b>Experiencia</b>	☛ Es un plus pero no es indispensable.	☛ Es importante si el personal es para contratación inmediata.	☛ No es importante, se prefiere formar al personal.
<b>Competencias</b>	☛ Los tres tipos de competencias tienen gran importancia, pero las competencias cognitivas y en específico el dominio de inglés sería la más relevante.	☛ La competencia cognitiva es la más importante, en especial conocimiento de inglés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Cognitivas</li> <li>☛ Socioemocionales</li> </ul>
<b>Oportunidad a recién egresados</b>	☛ Si podrían ser contratados, pero se valora el currículum y experiencia.	☛ Sí, pero en restauración es limitada ya que los egresados no están interesados en trabajos operativos.	☛ Sí, depende al trabajo que apliquen y sean aptos.
<b>Universidad que mejor prepara a los egresados para el mercado laboral</b>	☛ UCC	☛ No tiene preferencia	☛ Las universidades dan las herramientas, cada quien las desarrolla a su mejor beneficio.
<b>Desarrollo de carrera profesional en Turismo</b>	☛ Existe crecimiento, es común que empresas pequeñas los colaboradores busquen experiencia para después optar a otros puestos en otras empresas.	☛ Depende de la persona hasta dónde quiere llegar, pero en bares y restaurantes familiares es difícil el crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Está en cada quien, si se lo propone, si decide estar de forma estacional difícilmente logrará hacer carrera profesional.</li> <li>☛ En nuestro hotel la rotación de personal es muy baja.</li> </ul>
<b>Proceso de selección y contratación</b>	☛ Búsqueda por medio de la página oficial del hotel, periódico y en la oferta de egresados de la Escuela Nacional de Hotelería (ENAH)	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Búsqueda por redes sociales.</li> <li>☛ Selección y primer filtro</li> <li>☛ Entrevista presencial</li> <li>☛ Segundo filtro</li> <li>☛ Contratación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☛ Se dirige a RRHH</li> <li>☛ Llena solicitud de empleo</li> <li>☛ Entrevista</li> <li>☛ Examen psicómetro y actitudes</li> <li>☛ Entrevista con el supervisor de área</li> <li>☛ Entrevista con el jefe del departamento</li> </ul>
<b>Salarios</b>	☛ Los salarios son un buen estímulo, además de los bonos por metas e incentivos.	☛ Los salarios del personal operativo son un poco bajos.	☛ El salario es competitivo.
<b>Disponibilidad de horarios</b>	☛ Es clave, que el personal cuente con disponibilidad de horarios.	☛ Es importante la disponibilidad de horarios.	☛ Sí, más en áreas operativas.
Fuente: Elaboración propia.			

## X. Conclusiones

Para los egresados.

Se concluyó la presente investigación donde se logró comprender como los egresados en turismo viven su proceso de inserción laboral, qué papel juega la universidad en esta importante fase de cambio y entender que es lo que busca el mercado laboral turístico, se considera que estos tres agentes deben trabajar de forma más inteligente y crear una alianza tripartita donde todos conozcan las necesidades de todos y estas puedan ser satisfechas en su justo momento y medida.

El estudio realizado a los egresados arroja datos relevantes entre ellos se pueden mencionar:

- ☛ El 100% de los encuestados tiene entre 21 a 25 años de edad y solo el 45% ha tenido de uno a tres trabajos formales. El 55% restante nunca ha trabajado.
- ☛ Un 45% de los entrevistados está buscando su primer empleo.
- ☛ De los encuestados que están trabajando un 66% les tomo de 0 a 3 meses encontrar su empleo.
- ☛ Solo un 40% de los encuestados tiene dominio de inglés de un porcentaje del 50 al 75%.
- ☛ El 55% de los entrevistados considera que las competencias adquiridas en la universidad le ayudaran en su inserción laboral.
- ☛ El 64% se siente algo competentes para el mercado laboral.
- ☛ Un 60% labora en el sector alojamiento, un 20% en restauración y otro 20% en intermediación.
- ☛ El 54% de los participantes tiene pensado emprender un negocio propio, un 23% prefiere una inserción laboral con referencia a sus estudios sin importar el tiempo, un 15% decide estabilidad laboral en una misma empresa y 8% selecciona cambiar de trabajo en busca de experiencia diversificada.
- ☛ Según los entrevistados el mercado laboral busca competencias cognitivas en 65%, competencias socioemocionales 23% y competencias técnicas un 12%.

Analizando la situación de los egresados, se puede agregar que aún tienen mucho camino que recorre para obtener una inserción profesional satisfactoria, pero el que mejor se adapta a las necesidades del mercado será el que más pronto obtenga mejores resultados.

Los egresados que formaron parte de este estudio son personas jóvenes y presentan ciertas ambigüedades sobre como iniciar su transición ya que carecen de conocimientos sobre como es el mercado laboral, desconocen por cuales medios buscar oportunidades laborales seguras y confiables, tienen miedo de asumir riesgos y tomar la iniciativa, no les interesa el aprender sobre la fase transitoria y tomarlo como parte de experiencia enriquecedora sino que están más enfocados en encontrar un empleo como tal.

Los egresados que ya están laborando optaron probablemente a estudiar el mercado laboral cuando aún estaban estudiando, otros quizás con ayuda de sus familiares prefirieron por ser emprendedores y ejecutar un negocio propio. Pero los egresados que aún no laboran, es probable que ellos esperaron hasta el último momento para analizar el mercado laboral encontrando resultados poco satisfactorios en comparación a sus expectativas, estos jóvenes al haber estado

por mucho tiempo en una zona de confort les ha costado asimilar la realidad y la gran divergencia con la que se mueve el mercado laboral y profesional, a ellos les tocara decidir por cuánto tiempo más estarán en la zona de confort o tomara la iniciativa e iniciar su carrera profesional. Está claro que para este grupo la tendencia a la desmotivación es más propensa ya que a lo largo de sus estudios ellos idealizaron al mercado, pero no lo estudiaron en su plena realidad.

Los que mejor sepan desarrollar sus habilidades y competencias, sean más flexibles y estén abiertos a aprender desde los puestos de frontera, serán ellos quienes encuentren una inserción satisfactoria, que con el tiempo podrán ir ascendiendo a cargos intermedios y directivos.

Pero aquellos que estén renuentes a adaptar sus habilidades y competencias, a buscar nuevas opciones y comprender como funciona el mercado del trabajo tendrán una inserción poco satisfactoria.

Para las universidades.

Las instituciones educativas como parte de su responsabilidad social deben dar un seguimiento a conciencia de sus egresados, es un hecho que preparar a estudiantes para el mercado laboral o darle las pautas para ser futuros empresarios no es tarea fácil pero no es imposible.

Al finalizar la investigación de campo por las universidades, se cuestionó cual es la verdadera misión de una universidad, cual es el objetivo de una institución educativa cuando uno de sus estudiantes consume su carrera, cual es el valor agregado que aportan a la sociedad, con solo el hecho de tener un edificio, contratar docentes y que los mismos den clases por dar clases, no les convierte en una universidad, no se puede considerar que tenga algún beneficio razonable ni justo, he aquí el punto.

Las universidades privadas en su mayoría desconocen su razón de ser, no saben sus orígenes, el número de egresados que salen año con año, la palpable burocracia, el poco interés sobre temas de investigación social, por ser en su mayoría universidades pequeñas el poder y la toma de decisiones está centralizado a unos pocos. Se puede decir que muchos de los representantes de la carrera no cuentan con conocimientos amplios sobre Turismo, así que se critica el cómo pueden mejorar y adaptar los planes de clases, las prácticas y todas las actividades complementarias para que sean más provechosas y enfocadas a la realidad.

Se reflexiona que las universidades para elevar su prestigio y quitarse la etiqueta de universidades de garaje, deben tomarse su trabajo a como es, comprometerse en egresar a verdaderos profesionales capaces de dar la cara y enorgullecer a las Alma Mater de donde se titularon. Esto únicamente se puede lograr inculcando en sus estudiantes valores, habilidades, competencias, enfocándolo a la investigación, creatividad y humildad profesional, dando pautas para ser emprendedor, asumir riesgos y tomar la iniciativa.



Para el mercado laboral turístico.

Gracias al aporte de los profesionales en Turismo se logró identificar necesidades elementales del sector que ayudaran a los egresados para comprender mejor la dinámica del mercado, entre esas necesidades están:

- 🎓 Espíritu de servicio
- 🎓 Disposición de aprender
- 🎓 Disposición de trabajar
- 🎓 Que sonría
- 🎓 Interés en superarse personalmente
- 🎓 Dominio de idiomas, en específico del inglés
- 🎓 Dominio de la presión laboral
- 🎓 Carismático
- 🎓 Responsable y puntual
- 🎓 Disponibilidad de tiempo
- 🎓 Capacidad de adaptación
- 🎓 Autocontrol
- 🎓 Facilidad de trabajo en equipo

Las necesidades mencionadas como se pueden notar no requieren de mucho esfuerzo y preparación académica, el mercado laboral turístico necesita personas entusiastas, frescas y positivas que puedan aportar ideas nuevas e innovadoras por su naturaleza multifacética siempre habrá un área en la que se pueda trabajar. Solo espera a las personas que asuman los riesgos y tomen la iniciativa de seguir sus sueños y convicciones, el mercado espera a esos egresados que dicen con orgullo que son grandes servidores, que conocen lo que el mercado necesita, y los que piensan que la carrera de turismo es una de las mejores profesiones.

## **XI. Recomendaciones**

Las recomendaciones para la presente investigación se centran en hacer más sencillo el proceso de inserción laboral y profesional de los egresados en la carrera de turismo. A como se exponía al inicio de las conclusiones es importante que todos los agentes involucrados tomen una parte de responsabilidad para disminuir las dificultades, realizar alianzas tripartitas entre egresados, universidades y empresas turísticas se estima equilibra la balanza.

Entre las propuestas están:

- ☛ Realizar más convenio de cooperación entre universidades y empresas turísticas que den oportunidad de laborar a estudiantes y egresados para que estos adquieran experiencia cuando aún están en clases.
- ☛ En las universidades donde no exista un espacio de promoción al empleo, debería de abrirse un departamento que cubra, capacite y de seguimiento sobre temas de inserción laboral y profesional, primer empleo, currículum vitae, entrevistas laborales, leyes de empleo, derecho laboral, entre otros temas, además, de tener una bolsa de empleos actualizada.
- ☛ Se propone que al inicio de los estudios superiores se realicen exámenes psicométricos para conocer las cualidades del estudiante y que el universitario pueda tener una orientación educativa de calidad.
- ☛ Se sugiere que al final de los estudios se realicen diagnósticos de inserción laboral, para estudiar todo el entorno y realizar las correcciones necesarias a tiempo y, que el universitario logre una inserción satisfactoria.
- ☛ Las universidades y en específico las coordinaciones deben mantener su lista de egresados vigente como una base de datos que incluya información básica de contacto.
- ☛ A largo plazo, realizar reestructuraciones de planes de estudios adaptando las nuevas tendencias o guiándola a un perfil en específico.
- ☛ Además, los licenciados en Turismo deben de evitar las siguientes faltas:
  - Crear que con lo que se ve en clases es suficiente.
  - No realizar prácticas profesionales y/o tener un empleo relacionado al turismo.
  - No aprovechar los recursos que brinda la universidad.
  - No estudiar un segundo o tercer idioma.
  - No participar en clase y creer que el maestro siempre dice la verdad.
  - No leer.
  - No tener un objetivo claro.
  - Ser cómplice de injusticias.
  - No irse de intercambio, voluntariados, o viajes CONPETH.
  - Buscar la diversión antes que el conocimiento.
  - No emprender.
  - No asistir a conferencias y congresos.
  - Dar solo una parte de nuestro máximo esfuerzo.
  - No relacionarse con otros estudiantes de turismo.
  - Rendirse antes de tiempo.

## XII. Bibliografía

- ☞ Aneas, A. & Donoso T. (2008) *Estudio sobre los procesos de inserción laboral de los inmigrantes* en Revista Española de Orientación y Psicopedagogía. Vol.19, N°1, pág. 51-60.
- ☞ Donoso et al. (2007) *Niveles de diagnóstico en los procesos de inserción y orientación profesional* en Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa N°11, Vol. 5(1) PP.: 103-124.
- ☞ Donoso T. & Sánchez A. (2013) *Orientación Educativa y Profesional. Estudios de Casos*. Barcelona: ISEP. PP.: 122.
- ☞ Donoso T. (2000), *La inserción socio-laboral: Diagnóstico de las variables relevantes*. En L. Sobrado (Ed.) *Orientación profesional: Diagnóstico e inserción sociolaboral*. Barcelona: Estel. Págs. 60-105.
- ☞ García J. & Gutierrez R. (1996) *Inserción laboral y desigualdad en el mercado de trabajo: Cuestiones teóricas* en REIS N° 75, PP. 269-293.
- ☞ Serrano Pascual A. (1995) *Inserción laboral como transición psicosocial*. Dirigida por Eduardo Crespo en Universidad Complutense de Madrid Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. PP.: 431.
- ☞ Donoso T. (2001). *Diagnostico en orientación profesional: Controversias para el avance*. Revista Investigación Educativa. Vol. 19, N° 2 PP.: 453-458.
- ☞ García del Pozo R. (2015) *Trabajo fin de grado: La inserción laboral de los egresados universitarios propuesta de intervención desde el trabajo social* en Universidad de Valladolid. PP.53.
- ☞ García Montalvo J. (2009) *La inserción laboral de los universitarios y el fenómeno de la sobrecualificación* en España. PP. 29.
- ☞ Organización Mundial del Turismo-OMT- (s.f.) *Entender el turismo: Glosario Básico* Recuperado el 08 de agosto del 2016, de <<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>>
- ☞ Organización Mundial del Turismo-OMT- *Panorama OMT del turismo internacional* [En línea]. Septiembre 2016. [fecha de consulta: 04 Noviembre 2016]. Disponible en: <<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418152>>.
- ☞ Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación -ANECA- (s.f.) *Libro Blanco: título de grado en turismo* [En línea]. Recuperado el 06 de Noviembre 2016, de <[http://www.aneca.es/var/media/359791/libroblanco\\_turismo\\_03.pdf](http://www.aneca.es/var/media/359791/libroblanco_turismo_03.pdf)>.
- ☞ Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Económico y Social-FUNIDES- (Octubre, 2014), *Competencias que demandan los empleadores en Nicaragua y la inserción laboral de los egresados universitarios* [En línea], Recuperado el 06 de Noviembre 2016, de <[http://funides.com/wp-content/uploads/2015/01/Presentacion\\_UNAN\\_30oct2014.pdf](http://funides.com/wp-content/uploads/2015/01/Presentacion_UNAN_30oct2014.pdf)>.
- ☞ Argüello D. (s.f.) *Modulo: Investigación de Mercados I* Universidad de Ciencias Comerciales-UCC- pp.136.
- ☞ Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional –GRUN- (Noviembre, 2012), *Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012-2016* [En línea] Recuperado el 13 de noviembre 2016, de <<http://www.pndh.gob.ni/>>.

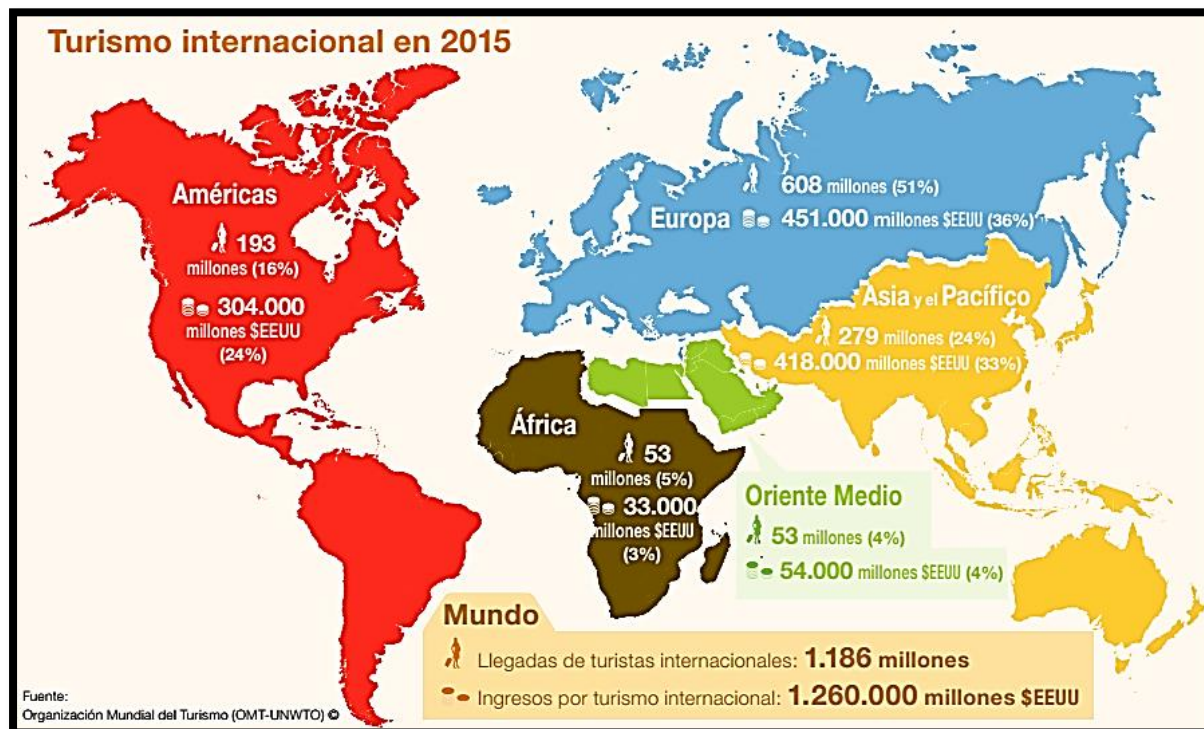
- ☞ Banco Central de Nicaragua –BCN- (Marzo, 2016) *Informe Anual 2015* [En línea] Recuperado el 13 de noviembre de 2016, de <[http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/informe\\_anual/informe\\_anual\\_2015.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/informe_anual/informe_anual_2015.pdf)>.
- ☞ García-Montalvo J. & Et al. (Diciembre,2011) *Crisis Económica e Inserción Laboral de Jóvenes 2011*. Valencia, Ivie y Bancaja. PP.77.
- ☞ García J. V. (2003) *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios*. Madrid. Consejo de Coordinación Universitaria, Universidad de León, PP 170.
- ☞ Banco Central de Nicaragua –BCN- (2015) *Nicaragua en cifras 2015*. Managua, Nicaragua. [En línea] Recuperado el 23 de Noviembre 2016 de <[http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua\\_cifras/nicaragua\\_cifras.pdf](http://www.bcn.gob.ni/publicaciones/periodicidad/anual/nicaragua_cifras/nicaragua_cifras.pdf)>.
- ☞ La Prensa, (Septiembre 2016). *Hallar empleo es más difícil para los jóvenes*. [En línea] Recuperado el 21 de Noviembre 2016 <<http://www.laprensa.com.ni/2016/09/19/economia/2102362-hallar-empleo-es-mas-dificil-para-los-jovenes>>.
- ☞ Asamblea Nacional de Nicaragua, (Enero 2013). *Iniciativa de Ley propone empleo para jóvenes*. [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 <<http://www.asamblea.gob.ni/87591/iniciativa-de-ley-propone-empleo-para-jovenes/>>.
- ☞ La Prensa, (noviembre, 2015) *Buscan revivir propuesta de ley de empleo juvenil*. (En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de < E:\Monografía\PRIMER EMPLEO NICARAGUA\ARTICULOS PRENSA NACIONAL\Buscan revivir propuesta de ley de empleo juvenil • El Nuevo Diario.mht>.
- ☞ La Prensa (Enero 2016). *Diputados del FSLN en deuda con leyes sociales*. [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 < E:\Monografía\PRIMER EMPLEO NICARAGUA\ARTICULOS PRENSA NACIONAL\Diputados del FSLN en deuda con leyes sociales - La Prensa.mht>.
- ☞ La Prensa (Junio 2016) *El calvario Juvenil tras un empleo*. [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de < E:\Monografía\PRIMER EMPLEO NICARAGUA\ARTICULOS PRENSA NACIONAL\El calvario juvenil tras un empleo.mht>.
- ☞ Instituto Centroamericano de Estudios Jurídicos y Político-ICEJP/UPOLI- (Mayo 2016) *Cuaderno Jurídico y Político*. [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de <<http://blogupoli.blogspot.com/2015/11/icejp-aporta-para-anteproyecto-de-ley.html>>.
- ☞ Entorno Turístico (s.f.) *Perfil del prestador de servicios turístico en México*, [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de < <http://www.entornoturistico.com/perfil-del-prestador-de-servicios-turisticos-en-mexico/>>.
- ☞ Entorno Turístico (s.f.) *15 Errores que cometen los estudiantes de turismo*, [En línea] Recuperado el 23 de noviembre de 2016 de < <http://www.entornoturistico.com/15-errores-que-cometen-los-estudiantes-de-turismo/>>.

### XIII. Anexos

#### Anexo 1: Valor de las exportaciones en turismo año 2015



#### Anexo 2: Cifras de llegadas de turistas e ingresos por turismo internacional



### Anexo 3: Llegada de turistas internacionales por región de origen

Destinations	Llegadas de turistas internacionales por región de origen (millones)										Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crec. medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015*		2015*	14/13	
<b>Mundo</b>	<b>435</b>	<b>527</b>	<b>674</b>	<b>809</b>	<b>950</b>	<b>994</b>	<b>1.040</b>	<b>1.088</b>	<b>1.134</b>	<b>1.186</b>	<b>100</b>	<b>4,2</b>	<b>4,6</b>	<b>3,9</b>
<b>Origen:</b>														
Europa	250,7	304,0	390,3	452,3	497,0	518,8	537,7	560,7	571,7	594,1	50,1	2,0	3,9	2,8
Asia y el Pacífico	58,7	86,3	114,1	152,8	205,9	220,6	236,5	253,7	271,6	289,5	24,4	7,1	6,6	6,6
Américas	99,3	108,1	130,6	136,5	156,0	163,5	170,8	175,9	188,8	199,4	16,8	7,4	5,6	3,9
Oriente Medio	8,2	8,5	12,8	21,4	33,3	31,7	33,3	35,1	36,8	36,3	3,1	4,9	-1,6	5,4
África	9,8	11,5	14,9	19,3	28,3	30,0	31,0	32,0	34,4	35,4	3,0	7,3	2,9	6,2
Origen no especificado <sup>1</sup>	7,9	8,6	11,1	26,7	29,8	29,5	31,2	31,0	30,8	31,5	2,7			
Misma región	349,1	423,1	532,9	632,3	728,9	767,0	802,1	838,7	872,0	912,7	76,9	4,0	4,7	3,7
Otras regiones	77,6	95,3	129,8	149,9	191,5	197,6	207,2	218,7	231,3	242,0	20,4	5,8	4,6	4,9

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©. Para símbolos y abreviaturas, ver página 9.

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, julio 2016)

<sup>1</sup> Países que no pueden ser asignados a una región concreta de origen. Como la información procede de datos del turismo receptor, esto ocurre que cuando falta el país de origen o cuando se usan categorías como "otros países del mundo" agrupando países que no están específicamente separados.

#### Serie llegadas de turistas internacionales:

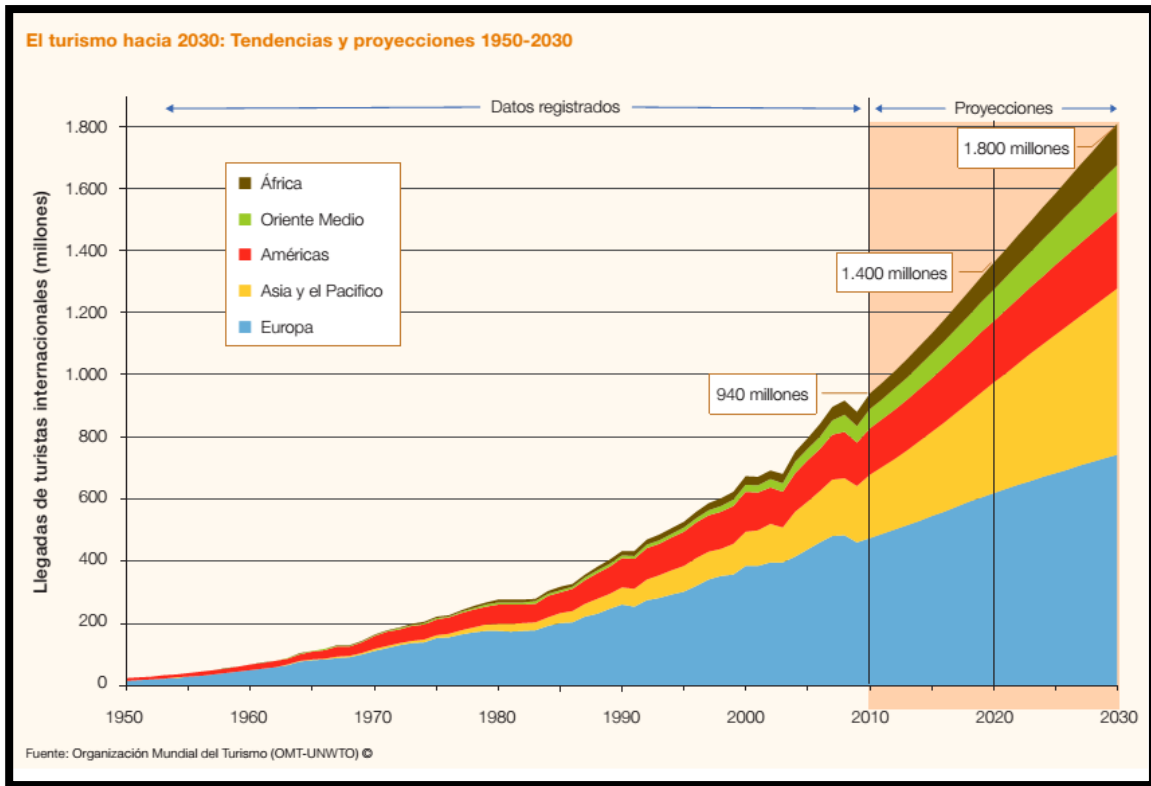
TF = Llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluidos los visitantes del día)  
 VF = Llegadas de visitantes internacionales a las fronteras (incluidos los turistas y visitantes del día)  
 THS = Llegadas de turistas internacionales a hoteles y establecimientos similares  
 TCE = Llegadas de turistas internacionales a establecimientos turísticos colectivos  
 TD = Salidas de turistas (visitantes que pernoctan en el destino - es decir, excluyendo los visitantes del día)  
 VD = Salidas tanto de visitantes que pernoctan, como de visitantes del día

\* = Cifra o dato provisional  
 .. = Cifra o dato (aún) no disponible  
 | = Cambio de serie  
 n/a = No aplicable  
 - = Separador de miles  
 , = Separador de decimales

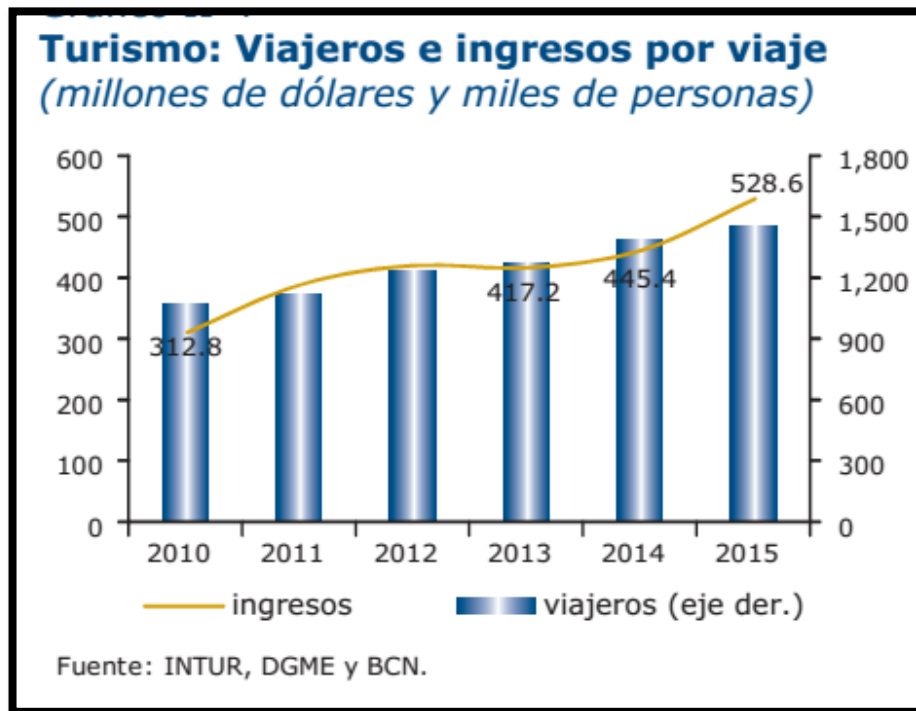
### Anexo 4: Previsiones de ingresos por turismo



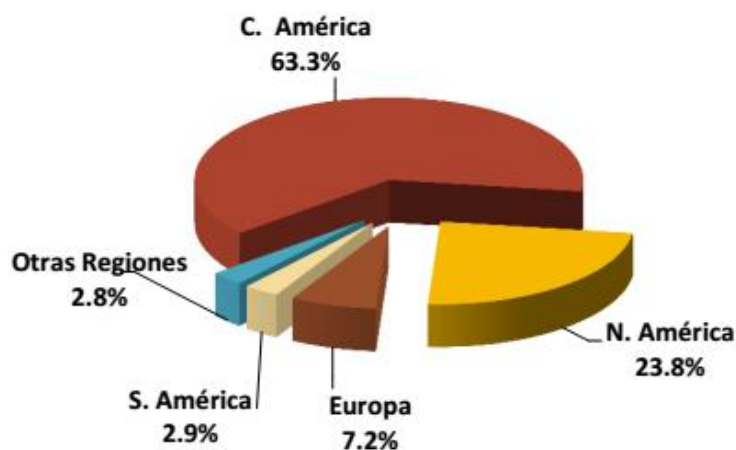
**Anexo 5: Proyecciones y tendencia del turismo por regiones de 1950-2030.**



**Anexo 6: Turismo: Viajeros e ingresos por viaje.**



**Anexo 7: Gráfica de turistas por región de origen.**



Fuente: INTUR con los datos de DGME.

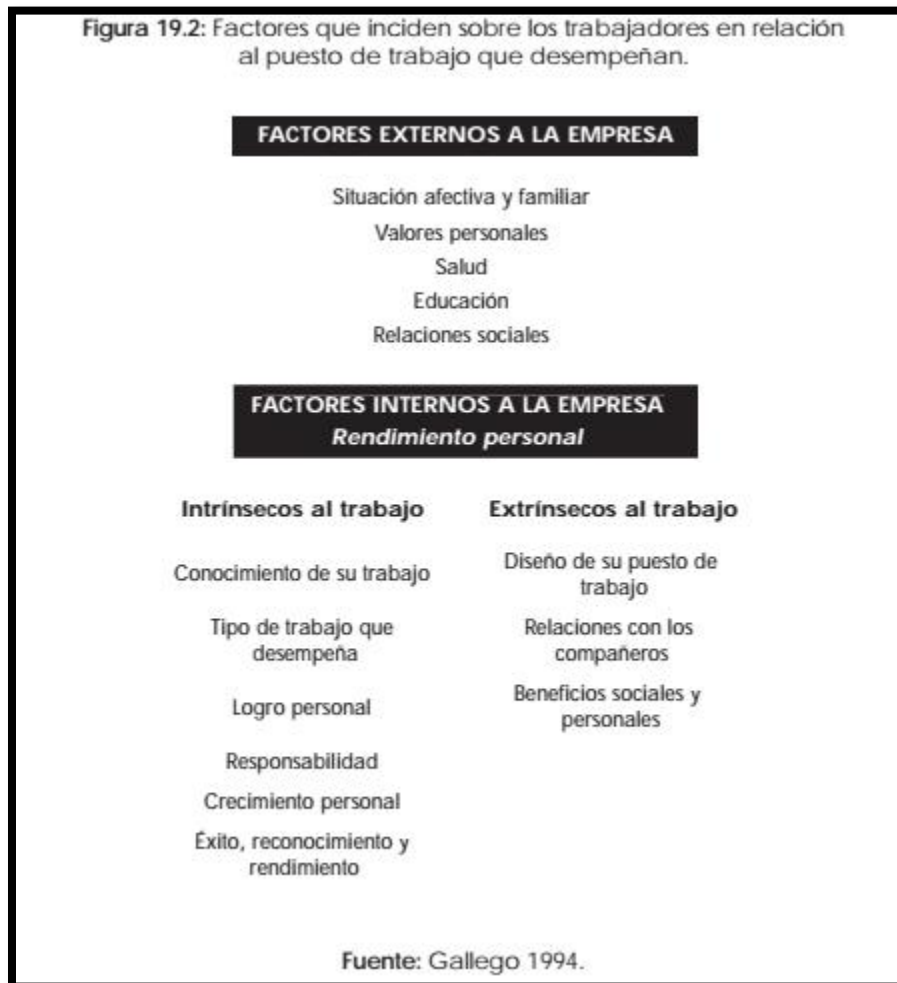
**Anexo 8: Diferencias entre industrias manufactureras y de servicios.**

INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	SERVICIOS
1. El producto es tangible	El servicio es intangible
2. La propiedad se transfiere con la compra	El servicio produce un derecho de uso, sin transferir la propiedad
3. El producto puede ser revendido	La experiencia turística no se puede transferir
4. El producto puede ser almacenado	El producto no vendido, se ha perdido
5. El producto puede probarse	El servicio no puede probarse
6. El consumo es precedido por la producción	Producción y consumo generalmente coinciden
7. Producción, venta y consumo ocurren en entornos espaciales diferentes	Producción, venta y consumo ocurren simultáneamente
8. El producto puede ser transportado	Es el cliente quien acude al producto
9. Los ámbitos producción/consumo están delimitados	El cliente participa en la producción
10. El contacto cliente/fabricante es indirecto	El contacto, en la mayoría de los casos, es directo



Fuente: Amparo Sancho, 1998.



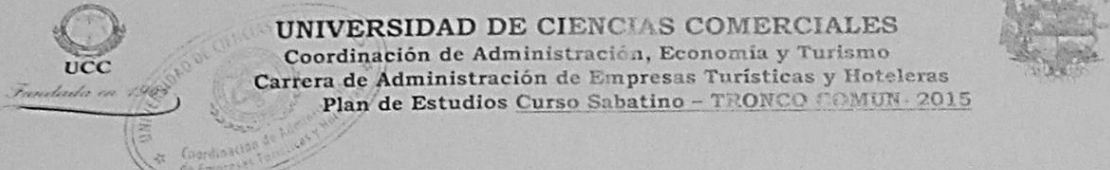
## Anexo 9: Factores que inciden en los trabajadores.



## Anexo 10: Plan de Estudio UAC

 <b>AmericanCollege</b> 		
PLAN DE ESTUDIOS 2017-20 LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA		
<b>I CUATRIMESTRE</b>	<b>II CUATRIMESTRE</b>	<b>III CUATRIMESTRE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Administración I</li> <li>Contabilidad I</li> <li>Optativa de Humanidades</li> <li>Introducción al Turismo</li> <li>Inglés I</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Administración II</li> <li>Matemática Básica</li> <li>Técnicas de Redacción</li> <li>Contabilidad II</li> <li>Inglés II</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Historia de Nicaragua Aplicada al Turismo</li> <li>Informática I</li> <li>Gerencia de Recursos Humanos I</li> <li>Recursos Culturales de Nicaragua</li> <li>Inglés III</li> </ul>
<b>IV CUATRIMESTRE</b>	<b>V CUATRIMESTRE</b>	<b>VI CUATRIMESTRE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Geografía Turística de Nicaragua</li> <li>Diseño Gráfico</li> <li>Gerencia de Mercado I</li> <li>Legislación Turística y Hotelera</li> <li>Inglés IV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Geografía Turística Internacional</li> <li>Estadísticas I</li> <li>Ecoturismo y Medio Ambiente</li> <li>Psicología del Turismo</li> <li>Inglés V</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos y Paquetes Turísticos</li> <li>Derecho Mercantil</li> <li>Nutrición e Higiene de los alimentos</li> <li>Etiqueta y Protocolo</li> <li>Inglés VI</li> </ul>
<b>VII CUATRIMESTRE</b>	<b>VIII CUATRIMESTRE</b>	<b>IX CUATRIMESTRE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación de Mercados I</li> <li>Matemática Financiera</li> <li>Finanzas I</li> <li>Derecho Laboral y Seguridad Social</li> <li>Inglés VII</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Turístico</li> <li>Metodología de la Investigación</li> <li>Animación Turística</li> <li>Transporte Turístico</li> <li>Inglés VIII</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gerencia de Agencia de Viajes y Tour Operadoras</li> <li>Presupuesto</li> <li>Marketing Digital 3.0</li> <li>Servicio y Atención al Cliente</li> <li>Inglés IX</li> </ul>
<b>X CUATRIMESTRE</b>	<b>XI CUATRIMESTRE</b>	<b>XII CUATRIMESTRE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulación y Evaluación de Proyectos</li> <li>Análisis del Sector Turismo de Nicaragua</li> <li>Gerencia de Bares y Restaurantes</li> <li>Gerencia de Hoteles</li> <li>Producción de Alimentos y Bebidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias Turísticas</li> <li>Seminario de Emprendedores</li> <li>Organización de Eventos y Convenciones</li> <li>Electiva I</li> <li>Gestión de Proyectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Electiva II</li> <li>Responsabilidad Social Empresarial</li> <li>Seminario Monográfico</li> <li>Sistemas de Reservas Hoteleras</li> <li>Control de Calidad en Servicios Turísticos</li> </ul>


## Anexo 11: Plan de Estudio UCC

 <b>UNIVERSIDAD DE CIENCIAS COMERCIALES</b> Coordinación de Administración, Economía y Turismo Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Plan de Estudios Curso Sabatino – TRONCO COMUN – 2015						
Año	Cuatrimestre	Código	Asignatura	Créditos	Horas	Pre-Requisito
1°	I	MABA-001	Matemática Básica	4	80	BR-000
		ESPA-001	Español	3	60	BR-000
		EMEA-001	Estrategia Met. Educación a Distancia	3	60	BR-000
		INAT-001	Introducción al Turismo	4	60	BR-000
	II	ESTA-001	Estadísticas I	4	80	MABA-001
		STUO-001	Sociología del Turismo y del Ocio	4	80	BR-000
		PREC-001	Principios de Economía	4	80	BR-000
		ADEM-001	Administración de Empresas I	4	80	BR-000
	III	PSET-001	Psicología y Ética en el Turismo	4	80	BR-000
		COFI-001	Contabilidad Financiera I	4	80	BR-000
		ADRH-001	Administración de Recursos Humanos I	4	80	ADEM-001
		MERC-001	Mercadeo I	3	80	BR-000
2°	I	TUAL-001	Turismo Alternativo	3	60	STUO-001
		COFI-002	Contabilidad Financiera II	4	80	COFI-001
		ADEM-002	Administración de Empresas II	4	80	ADEM-001
		MERC-002	Mercadeo II	4	80	MERC-001
	II	MAFI-001	Matemática Financiera	4	80	MABA-001
		HISA-001	Historia del Arte	4	80	BR-000
		COCO-003	Contabilidad de Costos I	4	80	COFI-002
		LETU-001	Legislación Turística	4	80	BR-000
	III	FINA-001	Finanzas I	4	80	COFI-002
		MEIN-002	Metodología de la Investigación	4	80	ESTA-001
		FGAN-001	Folklore, Gastronomía y Artesanía de Nicaragua	3	60	BR-000
		DTUN-001	Destinos Turísticos Nicaragüenses	3	60	INAT-001
3°	I	ANGT-001	Animación y Guía Turístico	3	60	DESNIC-002
		PACN-001	Patrimonio Cultural Nacional	3	60	HISAR-002
		OREP-001	Organización de Eventos y Protocolo	4	80	ADEM-001
		DTIN-001	Destinos Turísticos Internacionales	3	60	PSET-001
	II	PROD-001	Producción I	4	80	FINA-001
		INME-001	Investigación de Mercados I	4	80	MERC-002
		TUSO-001	Turismo Sostenible I	4	80	TUAL-001
		ORME-001	Organización y Método	4	80	ADEM-002
	III	OAVT-001	Operación de Agencias de Viajes y Transporte	4	8	DTUN-001
		REPU-001	Relaciones Públicas	3	60	BR-000
		COTU-001	Comunicación Turística	4	80	MERC-002
		REST-001	Restauración I	4	80	ADEM-002
4°	I	GHAL-001	Gestión Hotelera y Alojamientos I	4	80	LETU-001
		REST-002	Restauración II	4	80	REST-001
		FOEP-001	Formulación y Evaluación de Proyectos	4	80	MEIN-002
		CONV-001	Conversación I	4	80	BR-000
	II	DEOR-001	Desarrollo Organizacional	4	80	ADEM-001
		GHAL-002	Gestión Hotelera y Alojamientos II	4	80	GHAL-001
		TUSO-002	Turismo Sostenible II	4	80	TUSO-001
		CONV-002	Conversación II	4	80	CONV-001
	III	TOUM-001	Tourism Management	3	60	CONV-002
		EMTU-001	Emprendedor Turístico	4	80	DEOR-001
		DCPT-001	Diseño y Creación de Productos Turísticos	4	80	TUSO-002
		ESPE-001	Estrategia y Política de Empresas	4	80	ADEM-002
SETE-001	Seminario de Tesis	3	60	MEIN-002		
Total				183	3,660	

## Anexo 12: Plan de Estudio UNICIT

AÑO 1		
ASIGNATURAS		
CUATRIMESTRE I	<p>Español I</p> <p>Cálculo I</p> <p>Contabilidad I</p> <p>Introducción al Turismo</p>	<p>Contabilidad II</p> <p>Informática I</p> <p>Geografía y Patrimonio Nacional e Internacional</p> <p>Historia Económica de Nicaragua</p>
CUATRIMESTRE II		<p>Administración I</p> <p>Informática II</p> <p>Microeconomía (Economía I)</p> <p>Contabilidad de Costos I</p>
AÑO 2		
ASIGNATURAS		
CUATRIMESTRE III	<p>Gerencia de Alimentos y Bebidas</p> <p>Macroeconomía (Economía II)</p> <p>Administración II</p> <p>Legislación Turística</p>	<p>Estadística Básica</p> <p>Matemática Financiera</p> <p>Idioma Extranjero I</p> <p>Administración Hotelera</p>
CUATRIMESTRE IV		<p>Relaciones Públicas</p> <p>Agencia de Viajes y Tour</p> <p>Operadoras</p> <p>Idioma Extranjero II</p> <p>Finanzas I</p>
AÑO 3		
ASIGNATURAS		
CUATRIMESTRE V	<p>Organización I (Administración de Personal I)</p> <p>Metodología de La Investigación</p> <p>Idioma Extranjero III</p> <p>Mercadeo</p>	<p>Gerencia de Bares y Restaurantes</p> <p>Organización II (Administración de Personal II)</p> <p>Idioma Extranjero IV</p> <p>Organización de Congresos y Convenciones</p>
CUATRIMESTRE VI		<p>Turismo y Medio Ambiente</p> <p>Transporte Turístico Aéreo, Terrestre y Marítimo</p> <p>Idioma Extranjero V</p> <p>Sociología</p>
Año 4		
ASIGNATURAS		
CUATRIMESTRE VII	<p>Estrategia Empresarial</p> <p>Formulación y Evaluación de Proyectos</p> <p>Informática de Hoteles</p> <p>Etiqueta y Protocolo</p>	<p>Psicología Turística</p> <p>Investigación de Mercados</p> <p>Comercio Electrónico</p>
CUATRIMESTRE VIII		<p>Sistemas de Información Administrativa</p> <p>Seminario Monográfico</p> <p>Ética Profesional</p> <p>Monografía</p>

## Anexo 13: Plan de Estudio UNIVALLE.

 <b>Licenciatura en Administración Turística y Hotelera</b>		
Código de la Asignatura	Nombre de la Asignatura	Código del Requisito de la Asignatura
CE-05001	Principios de Administración	
CT-06001	Informática	
LM-01001	Inglés I	
FG-02001	Orientación Universitaria	
CE-05006	Teoría del Turismo	
FG-01001	Redacción Básica	
CE-04001	Contabilidad I	
LM-01002	Inglés II	LM-01001
CE-07001	Mercadeo I	CE-05001
CB-01001	Matemática I	
CE-04002	Contabilidad II	CE-04001
LM-01003	Inglés III	LM-01002
CB-01002	Matemática II	CB-01001
CE-07002	Mercadeo II	CE-07001
CE-04005	Contabilidad de Costos I	CE-04002
LM-01004	Inglés IV	LM-01003
CE-01001	Microeconomía	
CE-03001	Matemática Financiera	
CB-02001	Principios de Estadística	
LM-01005	Inglés V	LM-01004
CE-01002	Macroeconomía	CE-01001
CE-03002	Finanzas Básicas	CE-03001
CB-02002	Estadística Avanzada	CB-02001
LM-01006	Inglés VI	LM-01005
CE-05003	Recursos Humanos	CE-05001
CE-03003	Finanzas Avanzadas	CE-03002
CJ-03005	Legislación Laboral	
LM-01007	Inglés VII	LM-01006
CE-09001	Investigación de Mercados	CE-07002
CJ-02011	Legislación Mercantil y Tributaria	
CE-05007	Ecoturismo	CE-05006
LM-01008	Inglés VIII	LM-01007
CE-05008	Tecnología Hotelera	CE-05006
CE-04017	Presupuesto	CE-03002
CH-05002	Geografía Turística de Nicaragua	CE-05007
CH-03001	Etiqueta y Protocolo	
FG-03001	Cátedra Rubén Darío	
CB-04001	Metodología de la Investigación	
CE-05009	Gestión Hotelera y de Complejos Turísticos	CE-05008
FG-04001	Liderazgo	
FG-01002	Redacción de Informes Técnicos	FG-01001
CE-05005	Estrategia de la Empresa	CE-09001
CE-05010	Técnicas y Operaciones Turísticas	CH-05002
CE-03009	Formulación y Evaluación de Proyectos	CE-03003
CH-05003	Geografía Turística Internacional	CH-05002
FG-05001	Cultura de Paz	
CJ-01027	Legislación Turística	CE-05006
CE-05011	Planificación Turística	CE-05010

## Anexo 14: Plan de Estudio UCYT

UNIVERSIDAD NICARAGUENSE DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA				UNIVERSIDAD NICARAGUENSE DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
CARRERA: TURISMO Y ADMINISTRACION HOTELERA 14/04/2016				CARRERA: TURISMO Y ADMINISTRACION HOTELERA			
TÍTULO: LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACION HOTELERA (2011)				TÍTULO: LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACION HOTELERA (2011)			
CÓDIGO	ASIGNATURA	PRERREQUISITOS	CRÉDITOS	CÓDIGO	ASIGNATURA	PRERREQUISITOS	CRÉDITOS
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>				<b>SEPTIMO CUATRIMESTRE</b>			
EG-1500	TECNICAS DE ESTUDIO	NINGUNO	3	TU-2353	GERENCIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	AN-1202	4
EG-1530	ELEMENTOS DE SOCIOLOGIA	NINGUNO	3	CS-1460	ETIQUETA Y PROTOCOLO	CS-1440	3
AN-1200	ADMINISTRACION GENERAL	NINGUNO	3	TU-2330	PSICOLOGIA DEL TURISMO	EG-1530	4
EG-1550	MATEMÁTICA BÁSICA	NINGUNO	3	TU-1321	FOLKLORE Y TURISMO DE NICARAGUA	TU-1310	3
EG-1520	INGLES I	NINGUNO	3	EG-1526	CONVERSACION I (INGLES VII)	EG-1525	3
<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>				<b>OCTAVO CUATRIMESTRE</b>			
EG-1540	INTRODUCCIÓN A LA COMPUTACIÓN	NINGUNO	3	TU-1322	ANIMACION TURISTICA	TU-2330	3
AN-1210	CONTABILIDAD I	NINGUNO	3	TU-2334	TURISMO Y ECONOMIA	AN-1231	3
EG-1512	FILOSOFIA	NINGUNO	3	TU-2354	GERENCIA HOTELERA	TU-2353	4
AN-1220	ESTADÍSTICA I	EG-1550	3	TU-2340	GEOGRAFIA TURISTICA MUNDIAL	TU-1310	3
EG-1521	INGLES II	EG-1520	3	EG-1527	CONVERSACION II (INGLES VIII)	EG-1526	3
<b>TERCER CUATRIMESTRE</b>				<b>NOVENO CUATRIMESTRE</b>			
CS-1400	TECNICAS DE LA COMUNICACIÓN	EG-1500	3	TU-2356	GERENCIA DE CONGRESOS Y CONVENCIONES	TU-2354	4
CS-1410	HISTORIA DEL ARTE Y LA CULTURA DE NICARAGUA	EG-1530	3	TU-1323	PLANIFICACION TURISTICA SOSTENIBLE	AN-1241	3
AN-1250	MERCADOTECNIA BASICA	AN-1200	3	TU-2331	OPERACIÓN DE TOURS	TU-2354	4
AN-1230	MICROECONOMIA	AN-1200	3	TU-2333	MERCADEO TURISTICO	AN-1251	3
EG-1522	INGLES III	EG-5121	3	TU-2356	PRACTICAS HOTELERAS DE A y B	AUTORIZACION	3
<b>CUARTO CUATRIMESTRE</b>				<b>DECIMO CUATRIMESTRE</b>			
TU-1300	INTRODUCCION Y TEORIA DEL TURISMO	CS-1410	3	TU-2355	GERENCIA BAR Y RESTAURANTE	TU-2356	3
TU-1310	GEOGRAFIA TURISTICA DE NICARAGUA	CS-1410	4	TU-2320	TRANSPORTE TURISTICO	TU-1310	3
AN-1251	MERCADOTECNIA AVANZADA	AN-1250	3	TU-2332	TURISMO ALTERNATIVO	TU-2331	3
AN-1231	MACROECONOMIA	AN-1230	3	TU-2360	AGENCIAS DE VIAJES	TU-2340	3
EG-1523	INGLES IV	EG-1522	3	TU-2357	PRACTICAS EN EMPRESAS TURISTICAS	AUTORIZACION	3
<b>QUINTO CUATRIMESTRE</b>				<b>DECIMO PRIMER CUATRIMESTRE</b>			
AN-1202	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	AN-1200	3	TU-2381	ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS	TU-2354	4
CS-1430	EXPRESION ORAL Y DICCION	CS-1400	3	TU-2371	PUBLICIDAD Y PROMOCION TURISTICA	TU-2333	4
EG-1560	ETICA PROFESIONAL	NINGUNO	3	TU-2372	ECOTURISMO	TU-2332	3
ID-1600	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION I	AN-1220	3	ID-2610	SERVICIO COMUNAL Y/O SOCIAL	AUTORIZACION	3
EG-1524	INGLES V	EG-1523	3	ID-2620	TESIS I	AUTORIZACION	4
<b>SEXTO CUATRIMESTRE</b>				<b>DECIMO SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>			
AN-1280	FORMULACION DE PROYECTOS	AN-1251	3	ID-2630	MODALIDAD DE GRADUACION	ONCE CUATRIMESTRES APROBADOS	6
CS-1440	RELACIONES PUBLICAS	CS-1430	3				
AN-1241	PLANIFICACION ESTRATEGICA	AN-1202	3				
EG-2500	COMPUTACION PARA LA GERENCIA	EG-1540	4				
EG-1525	INGLES VI	EG-1524	3				

Aprobado por Rectoría 5 de Mayo 2016

**\*\* TURNOS: DIURNO / FIN DE SEMANA (SABATINO) \*\***

## Anexo 15: Plan de Estudio ULAM

Cuatrimestres	Asignatura I	Asignatura II	Asignatura III	Asignatura IV
Primer Año Cuatrimestre I	Redacción Técnica I	Matemática Básica	Introducción al Turismo	Historia de Nic.
Primer Año Cuatrimestre II	Redacción de Técnica II	Matemáticas Aplicadas	Introducción a la Admón	Geografía Turística de Nicaragua
Primer Año Cuatrimestre III	Mercadeo Turístico I	Transporte Turístico	Economía I	Organización de Empresas Turísticas
Cuatrimestres	Asignatura I	Asignatura II	Asignatura III	Asignatura IV
Segundo Año Cuatrimestre I	Inglés I	Contabilidad General	Mercadeo Turístico II	Estadística General
Segundo Año Cuatrimestre II	Inglés II	Contabilidad de Costos	de Geografía Mundial	Turística Matemática Financieras
Segundo Año Cuatrimestre III	Legislación Turística de Nicaragua	Inglés III	Agencias de Viajes y Tours Operadoras	Alimentos y Bebidas
Cuatrimestres	Asignatura I	Asignatura II	Asignatura III	Asignatura IV
Tercer Año Cuatrimestre I	Metodología de la Investigación	Finanzas	Inglés IV	Investigación de Mercados Turísticos
Tercer Año Cuatrimestre II	Gerencia de Mercadeo	Etiqueta y Protocolo	Inglés V	Folklore y Artesanía de Nicaragua
Tercer Año Cuatrimestre III	Admón de RRHH Empresas Turísticas	Formulación y Evaluación de Proyecto	Desarrollo Organizacional	Inglés VI
Cuatrimestres	Asignatura I	Asignatura II	Asignatura III	Asignatura IV
Cuarto Año Cuatrimestre I	Estrategia Empresarial	Administración de Proyectos Turísticos	Técnicas de Negociación	
Cuarto Año Cuatrimestre II	Organización de Congresos y Convenciones	de y Creación de Nuevos Negocios Turísticos	Control Gerencial	
Cuarto Año Cuatrimestre III	Seminario de Especialidad	de la Ética Profesional	Turismo y Medio Ambiente	

## Anexo 16: Carta de solicitud de información

Managua. Nicaragua 23 de Octubre 2016

**A quien concierne**

Reciba cordiales saludos en nombre de la comunidad educativa de la Universidad de Ciencias Comerciales UCC, en especial de nuestra Presidenta Lic. Nejama Bergman Padilla.

Para enriquecer la formación profesional de nuestros alumnos de la carrera de administración de empresas turísticas y hoteleras, impulsamos los conocimientos teóricos y prácticos como eje principal de nuestro quehacer profesional, por ende las actividades investigativas y, conclusión de carrera son parte del apoyo de la universidad.

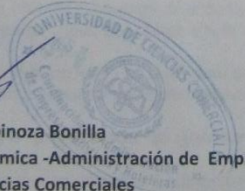
La Srta. Solange Vanessa Jarquín Sandoval- 20120200526, egresada de la Universidad de Ciencias Comerciales, se encuentra realizando investigación monográfica para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, con su Monográfica titulada "INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS DE LAS UNIVERSIDADES, AC. UCC, UCYT, ULAM, UNICTY y UNIVALLE DEL 2016".

Es por esta razón, le estamos solicitando de su apoyo para que la Srta. Jarquín Sandoval pueda desarrollar su investigación, gracias al aporte e información solicitada por nuestra estudiante.

Agradeciéndole de ante mano su amable atención a dicha solicitud me despido de usted

Cordialmente,

**RECIBIDO**  
Escuela de Ciencias Económicas  
y Administrativas  
ULAM  
Fecha: 19/10/16 Hora: 12:35 md  
Firma: [Firma]

  
Lic. Rey Yargony Espinoza Bonilla  
Coordinación Académica -Administración de Empresa Turística Hotelera  
Universidad de Ciencias Comerciales


[Firma] 13/11/16 6:06 pm

[Firma] 19/10/16

[Firma] 18/10/16



## Anexo 17: Cuestionario sobre inserción laboral




### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Identificación y datos generales:**  
*Marca con una  la respuesta más conveniente y responde sobre la línea en los campos donde se le solicite:*

<p>1. ¿Cuál es tu grupo de edad?</p> <p><input type="checkbox"/> 16 a 20 años <input type="checkbox"/> 21 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a 30 años <input type="checkbox"/> 31 a más</p> <p>2. ¿Cuál es tu sexo?</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino</p> <p>3. ¿Cuál es tu Alma Mater?</p> <p><input type="checkbox"/> UNIVALLE <input type="checkbox"/> UCC <input type="checkbox"/> UCYT <input type="checkbox"/> UNICIT <input type="checkbox"/> ULAM <input type="checkbox"/> UAC</p> <p>4. Año de inicio de estudios universitarios: (AAAA)</p> <p>_____</p> <p>5. Año de finalización de estudios universitarios: (AAAA)</p> <p>_____</p> <p>6. Forma de titulación de estudios universitarios:</p> <p><input type="checkbox"/> Monografía <input type="checkbox"/> Especialidad <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Examen de grado</p>	<p>7. Número de empleos formales:</p> <p><input type="checkbox"/> Nunca he trabajado <input type="checkbox"/> 1 empleo <input type="checkbox"/> 2 o 3 empleos <input type="checkbox"/> Más de 3 empleos</p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Click aquí</a> para continuar:</p>
---	---

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 18: Cuestionario sobre inserción laboral



### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Situación Laboral:**  
Marca con una  la respuesta más conveniente y responde sobre la línea en los campos donde se le solicite:

8. ¿Cuál es tu situación actual?

- [Trabajando en un puesto relacionado con mis estudios.](#)
- [Trabajando en un puesto NO relacionado con mis estudios.](#)
- [Ampliando estudios.](#)
- [Buscando primer empleo.](#)
- [En paro, habiendo trabajado antes.](#)
- [No estoy buscando, ni he buscado empleo.](#)

Ahora, has click en la respuesta que marcaste con

En caso de estar trabajando o haber trabajado...

9. ¿Está trabajando o has trabajado en el sector del turismo?

- Si
- No

Otro sector, especifique:

\_\_\_\_\_

10. ¿En qué ámbito turístico estas trabajando o has trabajado?

- Alojamiento
- Restauración
- Intermediación (TTOO & AGV)
- Transporte (terrestre, marítimo, aéreo, puertos, aeropuertos, rent a car)
- Planificación y gestión pública de destinos (Instituciones públicas)
- Productos y actividades (Oferta complementaria al turismo)
- Formación, investigación y consultoría.


11. Cargo que ocupas. Último empleo.

\_\_\_\_\_

[Click aquí](#) para continuar

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 19: Cuestionario sobre inserción laboral




### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Situación Laboral:**  
Marca con una  la respuesta más conveniente y responde sobre la línea en los campos donde se le solicite:

<p>12. Antigüedad en el cargo. Último empleo.</p> <p><input type="checkbox"/> 0 a 3 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 4 a 6 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 7 a 9 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 10 a 12 meses</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 12 meses</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 24 meses</p> <p>13. Grado de satisfacción laboral. Último empleo.</p> <p><input type="checkbox"/> Muy satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Algo satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Poco satisfecho</p> <p><input type="checkbox"/> Indiferente</p> <p>14. Tipo de contratación. Último empleo.</p> <p><input type="checkbox"/> Indefinido</p> <p><input type="checkbox"/> Temporal</p> <p><input type="checkbox"/> Sin contrato</p> <p><input type="checkbox"/> Autónomo</p> <p>15. Tipo de empleador. Último empleo.</p> <p><input type="checkbox"/> Empresa privada</p> <p><input type="checkbox"/> Empresa pública</p> <p><input type="checkbox"/> Cooperativas</p> <p><input type="checkbox"/> Autónomo</p>	<p>16. ¿Cuánto tiempo demoro en encontrar empleo?</p> <p><input type="checkbox"/> 0 a 3 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 4 a 6 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 7 a 9 meses</p> <p><input type="checkbox"/> 10 a 12 meses</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 12 meses</p> <p>17. Aproximadamente, ¿cuál es el rango de su salario?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de C\$2,000</p> <p><input type="checkbox"/> C\$2,000 a C\$3,999</p> <p><input type="checkbox"/> C\$4,000 a C\$5,999</p> <p><input type="checkbox"/> C\$6,000 a C\$7,999</p> <p><input type="checkbox"/> C\$8,000 a C\$9,999</p> <p><input type="checkbox"/> C\$10,000 a más</p> <p style="text-align: center;"><a href="#">Click aquí</a> para continuar</p>
--	---


Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 20: Cuestionario sobre inserción laboral

 <p><b>Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo</b></p> <p><b>Desempleo:</b> En caso de estar desempleado... Marca con una <input type="checkbox"/> la respuesta más conveniente:</p> <p>18. ¿Ha intentado activamente obtener empleo remunerado en las últimas 4 semanas?</p> <p><input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No</p> <p>19. ¿Cuánto tiempo hace que buscas trabajo?</p> <p><input type="checkbox"/> 0 a 3 meses <input type="checkbox"/> 4 a 6 meses <input type="checkbox"/> 7 a 9 meses <input type="checkbox"/> 10 a 12 meses <input type="checkbox"/> Más de 12 meses <input type="checkbox"/> No busco empleo</p> <p>20. ¿A qué achaca usted su situación de desempleo? <b>Marque 3 más importantes.</b></p> <p><input type="checkbox"/> Falta de estudios <input type="checkbox"/> Falta de adecuación de lo estudiado <input type="checkbox"/> Falta de experiencia <input type="checkbox"/> Falta de contactos <input type="checkbox"/> No tener iniciativa <input type="checkbox"/> No estar dispuesto a asumir riesgos <input type="checkbox"/> La mala suerte</p> <p><a href="#">Click aquí</a> para continuar</p>	<p><b>Ampliando Estudios:</b> En caso de estar ampliando estudios y formación... Marca con una <input type="checkbox"/> la respuesta más conveniente y responde sobre la línea en los campos donde se le solicite:</p> <p>21. Después de finalizados los estudios universitarios, ¿emprendió otros estudios relacionados con su profesión o con un futuro trabajo que podría iniciar?</p> <p><input type="checkbox"/> Curso libre <input type="checkbox"/> Técnico <input type="checkbox"/> Especialidad <input type="checkbox"/> Postgrado Otro sector, especifique: _____</p> <p>22. ¿Qué lo motivo a seguir ampliando estudios?</p> <p><input type="checkbox"/> Más información (Me apetecía seguir estudiando) <input type="checkbox"/> Facilidad de empleabilidad (Necesitaba más información) <input type="checkbox"/> Condicionamiento laborales (Me lo han pedido/ me permitía promocionarme)</p> <p><a href="#">Click aquí</a> para continuar</p>
--	--

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 21: Cuestionario sobre inserción laboral



### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Carrera Universitaria:**  
Marca con una  la respuesta más conveniente por cada fila y responde sobre la línea en los campos donde se le solicite:

23. Valoración de la carrera universitaria.

	Muy poco	Poco	Regular	Bastante	Mucho
Grado de aprendizaje obtenido					
Los contenidos han cubierto tus expectativas					
Las prácticas han cubierto tus expectativas					
Esta carrera ha facilitado tu inserción laboral					
La duración de los estudios en relación a los contenidos es adecuada					
La cantidad de tiempo y energía que has empleado mereció la pena					


24. ¿Qué conocimientos de idiomas tienes?

	0% a 25%	26% a 50%	51% a 75%	76% a 100%	N/C
Inglés					
Francés					
Portugués					
Otro idioma, especificar: _____					

[Click aquí](#) para continuar

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 22: Cuestionario sobre inserción laboral



### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Carrera Universitaria:**  
*Marca con una  la respuesta más conveniente por cada fila y responda sobre la línea  
en los campos donde se le solicite:*

25. ¿Considera que su inversión económica en educación superior lo compensan los conocimientos adquiridos?

Sí  
 No

26. ¿Cree usted que las competencias adquiridas en la universidad fueron necesarias para su transición al mercado laboral?

Sí  
 No

27. ¿Piensas que la universidad puede ofrecerle algo más para su educación y desarrollo profesional?


Sí  
 No

**En ambos casos justifique su respuesta:**

[Click aquí](#) para continuar

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 23: Cuestionario sobre inserción laboral



### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo


**Percepción del mercado laboral:**  
Marca con una  la respuesta más conveniente.

<p>28. ¿Qué tan competitivo estas para el mercado laboral actual?</p> <p><input type="checkbox"/> Muy competente</p> <p><input type="checkbox"/> Algo competente</p> <p><input type="checkbox"/> Poco competente</p> <p><input type="checkbox"/> Indiferente</p> <p>29. Métodos utilizados en la búsqueda de empleo.</p> <p><input type="checkbox"/> Haciendo gestiones para establecerme por mi cuenta.</p> <p><input type="checkbox"/> Realizando entrevistas conseguidas por medio de amigos y familiares.</p> <p><input type="checkbox"/> Me lo ofrecieron sin buscarlo.</p> <p><input type="checkbox"/> Páginas de empleo on-line y redes sociales.</p> <p><input type="checkbox"/> TV, periódico, radio.</p> <p><input type="checkbox"/> Visitando empresas.</p> <p><input type="checkbox"/> Prácticas pre-profesionales.</p> <p>30. Factores que facilitan la obtención de empleo. <b><u>3 más importantes.</u></b></p> <p><input type="checkbox"/> Los estudios</p> <p><input type="checkbox"/> La experiencia</p> <p><input type="checkbox"/> Los contactos</p> <p><input type="checkbox"/> Tener iniciativa</p> <p><input type="checkbox"/> Asumir riesgos</p> <p><input type="checkbox"/> La suerte</p>	<p>31. Aspectos que dificultan la obtención de empleo. <b><u>3 más importante.</u></b></p> <p><input type="checkbox"/> Falta de estudios</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de adecuación de lo estudiado</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de experiencia</p> <p><input type="checkbox"/> Falta de contactos</p> <p><input type="checkbox"/> No tener iniciativa</p> <p><input type="checkbox"/> No estar dispuesto a asumir riesgos</p> <p><input type="checkbox"/> La mala suerte</p> <p>32. ¿Cuál es tu expectativa en el ámbito profesional?</p> <p><input type="checkbox"/> Emprendimiento de un negocio propio.</p> <p><input type="checkbox"/> Inserción laboral rápida sin importar el rubro.</p> <p><input type="checkbox"/> Inserción laboral con referencia sus estudios sin importar el tiempo.</p> <p><input type="checkbox"/> Cambio de trabajo continuo en busca de experiencia diversificada.</p> <p><input type="checkbox"/> Estabilidad laboral en una misma empresa.</p>
--	---

[Click aquí](#) para continuar

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 24: Cuestionario sobre inserción laboral



### Cuestionario sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

**Percepción del mercado laboral:**  
*Marca con una  la respuesta más conveniente.*

33. ¿Cuál de las competencias crees que es la que buscan más las empresas turísticas?

- Competencias técnicas (Manejo de programas y equipos especializados)
- Competencias cognitivas (Dominio de idiomas, sentido común, capacidad de persuasión).
- Competencias socioemocionales (Autocontrol, honesto, trabajo en equipo, adaptación, entusiasta).

**Muchas Gracias por tu participación, con este apoyo  
lograremos mejorar las condiciones de los egresados de la  
carrera de Turismo, promoviendo la igualdad, la seguridad y  
un mayor éxito en la inserción profesional.**

Fuente: Elaboración Propia



## Anexo 25: Entrevista sobre inserción laboral a decanos y/o coordinadores de carrera.



### Entrevista sobre Inserción Laboral de Egresados del Turismo

Con el fin de obtener información de primera mano sobre la situación actual de las Universidades que imparten la carrera de Turismo, se ha formulado la siguiente entrevista dirigida a los decanos y/o coordinadores de carrera.

- ☛ ¿Cuáles son los inicios de la carrera de Turismo en la Universidad? ¿En qué año se apertura? ¿Con qué objetivo? ¿Cuál era la necesidad que instó la apertura?
- ☛ ¿Qué mejoras se han realizado a la carrera desde la apertura hasta el día de hoy?
- ☛ ¿Qué es lo que la carrera de Turismo de su Universidad tiene hasta la fecha para ofrecer a los estudiantes y al mercado laboral?
- ☛ ¿Con qué perfil profesional egresan los Universitarios del Turismo en su Alma Mater?
- ☛ ¿Qué competencia logran adquirir los titulados después de finalizados los estudios superiores?
- ☛ ¿En qué campos profesionales podrán trabajar los egresados?
- ☛ ¿Cómo está constituida la planta docente y el personal académico?
- ☛ ¿Cuál es el plan de estudio, tiempo de duración, turnos y costo de aranceles?
- ☛ ¿Qué estrategias toma la Universidad para que los estudiantes realicen clases teórico-prácticas?
- ☛ Dentro del pensum académico de la carrera de Turismo se ofrece algún idioma, ¿Hasta qué nivel?
- ☛ ¿De qué manera después de finalizados los estudios logran como Universidad dar seguimiento a los estudiantes en el campo laboral?
- ☛ ¿De qué forma orientan a los titulados sobre temas de inserción laboral, primer empleo, CV y entrevistas laborales?
- ☛ ¿Cómo creen que viven el proceso de inserción laboral sus estudiantes con respecto a la duración, éxito o fracaso de la inserción?
- ☛ ¿Qué competencias y características cree usted que busca el mercado laboral turístico?
- ☛ ¿Qué tan positivo se encuentra el mercado laboral para sus titulados?
- ☛ ¿En qué tipo de empresa prefieren trabajar los egresados?
- ☛ ¿Considera usted que la Universidad puede aportar algo más para la mejora continua de sus estudiantes con respecto a educación, prácticas, orientación, etc.?

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 26: Entrevista sobre inserción laboral a representantes de RRHH.



### Entrevista sobre Inserción Laboral en Egresados del Turismo

Con el objetivo de obtener información de primera mano sobre la perspectiva que tienen los representantes de RRHH de las empresas del sector turístico sobre la oferta actual de profesionales reciente egresados de la carrera de Turismo, se ha formulado la siguiente entrevista.

- ☛ ¿Qué características busca en su personal a cargo?
- ☛ ¿Qué tan relevante son los estudios de pregrado a la hora de una contratación?
- ☛ ¿Qué tan importante es la experiencia a la hora de una contratación?
- ☛ ¿Qué competencias deberán tener los prospectos?
- ☛ ¿Qué es lo que piensa sobre los recién titulados, usted le daría empleo? ¿Qué tipo de empleo?
- ☛ ¿Qué universidad considera usted prepara mejor a sus estudiantes con respecto a las necesidades del mercado laboral turístico?
- ☛ Según su experiencia el personal en turismo logro hacer un carrera profesional en el sector
- ☛ Tomando en cuenta las políticas de la empresa, ¿Cómo es el proceso de selección y contratación?
- ☛ ¿Cuál es su opinión sobre los salarios de sus colaboradores realmente es una fuente de motivación significativa?
- ☛ La disponibilidad de horarios es vital a la hora de una contratación en el sector turístico.
- ☛ Su personal a cargo estudia o estudio la carrera de turismo o estudios similares.

Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 27: Visita en UAC**



Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 28: Visita en UAC-Recorrido**



Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 29: Entrevista a Lic. William Cisneros**



Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 30: Entrevista a Ing. Harold Ríos**



Fuente: Elaboración Propia

**Anexo 31: Entrevista a Sr. Guillermo Pérez**



Fuente: Elaboración Propia