



Título del trabajo de grado

Análisis de percepción de estudiantes y egresados de turismo frente al sector
laboral de turismo

Autor

Sara Camila Arenas Pineda

Modalidad de Trabajo de Grado Según Acuerdo 098 del 2021 para Optar por el
Título de profesional en turismo

Director

Jesús Alexis Barón-
Chivara

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Turismo

Bogotá, D.C.

2025

Agradecimientos

Expreso mi más sincero agradecimiento a mi director de investigación, Jesús Barón por su guía constante, su dedicación y por compartir su conocimiento con paciencia y compromiso durante todo este proceso. Su acompañamiento fue fundamental para el desarrollo de este trabajo.

A mis padres, quienes han sido el pilar más importante en mi vida y en este proceso académico. A mi madre, por su amor incondicional, su fortaleza, su sabiduría y por enseñarme a nunca rendirme ante las dificultades. A mi padre, por su apoyo constante, sus palabras de aliento y por transmitirme el valor del esfuerzo y la responsabilidad. Ambos me han acompañado en cada paso con paciencia, comprensión y fe, siendo mi mayor ejemplo de perseverancia y amor. Este logro es tanto mío como suyo, y les agradezco profundamente por creer en mí, incluso cuando yo dudaba.

Agradezco también a mi pareja, por su compañía, paciencia y aliento en los momentos más exigentes de esta investigación. Su apoyo emocional y confianza en mí fueron una fuente de fortaleza constante.

RESUMEN

El presente estudio analiza la percepción de los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Mayor de Cundinamarca frente a las oportunidades laborales y la pertinencia de su formación académica. Desde un enfoque mixto, que combina el análisis cuantitativo y cualitativo, la investigación busca identificar las fortalezas y debilidades del programa frente a las demandas del mercado turístico actual. Los resultados evidencian que, aunque los participantes valoran positivamente la formación recibida, consideran necesario reforzar los idiomas, las competencias digitales y las experiencias prácticas que favorezcan la empleabilidad. Asimismo, se destaca la influencia de factores externos como la baja remuneración y la limitada estabilidad laboral del sector, lo que afecta las expectativas profesionales. En este contexto, se retoman los planteamientos de la teoría del capital humano y la teoría sociocognitiva de la carrera para explicar cómo la educación y las creencias personales inciden en la motivación y las decisiones laborales. Finalmente, se concluye que fortalecer la articulación entre la academia y el sector productivo resulta esencial para mejorar las oportunidades de inserción profesional y contribuir al desarrollo del turismo en Colombia.

Palabras clave: Percepción laboral, turismo, empleabilidad, formación profesional, mercado laboral turístico, estudiantes, egresados

Abstract

This study analyzes the perceptions of students and graduates of the Tourism program at the Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca regarding job opportunities and the relevance of their academic training. Using a mixed-method approach, combining quantitative and qualitative analysis, the research seeks to identify the program's strengths and weaknesses in light of the demands of the current tourism market. The results show that, although participants positively value the training received, they consider it necessary to strengthen language and digital skills, as well as practical experiences that enhance employability. The study also highlights the influence of external factors such as low pay and limited job stability in the sector, which affect career prospects. In this context, the approaches of human capital theory and sociocognitive career theory are used to explain how

education and personal beliefs influence motivation and career decisions. Finally, it is concluded that strengthening the relationship between academia and the productive sector is essential to improve career opportunities and contribute to the development of tourism in Colombia.

Keywords: Job perception, tourism, employability, vocational training, tourism labor market, Students, graduates

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	8
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
3. OBJETIVO	11
3.1. Objetivo general	12
3.2. Objetivos específicos.....	12
4. JUSTIFICACIÓN	12
5. REFERENCIAS CONCEPTUALES	13
6. ANTECEDENTES.....	16
7. METODOLOGÍA APLICADA	21
7.1. Tipo de investigación	21
7.2. Diseño de investigación.....	21
7.3. Definición de variables e indicadores	23
7.4. Población y muestra	24
7.5. Instrumentos de recolección de datos	25
7.6. Limitaciones.....	25
8. RESULTADOS Y DISCUSIONES	26
8.1. Revisión documental	26
8.2. Identificación de las expectativas laborales de los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	36
8.2.1.....	
Pertinencia de las materias con el mercado laboral.....	37
8.2.2.....	
Inserción laboral.....	40
8.2.3.....	
Visión del sector.....	43
8.3. Análisis de la percepción de los egresados del programa de Turismo frente a las oportunidades laborales en el sector turístico.....	55
8.3.1.....	
formación académica	55
8.4. Inserción laboral	59

8.4.1.....	
Vision del sector	66
9. CONCLUSIONES	74
10.RECOMENDACIONES.....	75
11.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores más dinámicos y estratégicos para el desarrollo económico, social y cultural en Colombia. Según el BBVA Research (2024), este sector representó el 4,6 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional en 2023, evidenciando su creciente importancia en la economía del país. De igual forma, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2024) reportó un aumento del 22,4 % en el ingreso de divisas en comparación con el año anterior, impulsado por la llegada récord de turistas tras la recuperación posterior a la pandemia. Estos datos reflejan no solo la relevancia económica del turismo, sino también su potencial para la generación de empleo y la dinamización de diversas regiones del territorio colombiano.

En el caso de Bogotá, el turismo ha sido un motor clave de empleo. De acuerdo con el Observatorio Laboral para la Educación (2023), en la capital se generaron en promedio 97.384 empleos mensuales relacionados con el sector, concentrados principalmente en la población joven entre los 25 y 44 años. No obstante, persisten desafíos significativos: aunque cada año cientos de estudiantes se matriculan en programas de turismo, solo una proporción reducida logra culminar sus estudios y acceder a empleos estables y bien remunerados (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, s.f.). Esta situación evidencia una desconexión entre la formación académica y las oportunidades reales del mercado laboral turístico.

Desde el punto de vista teórico, la teoría del capital humano de Becker (1964) plantea que la educación debe traducirse en habilidades y competencias que mejoren la productividad y la empleabilidad. Sin embargo, investigaciones recientes señalan que la formación en turismo, aunque sólida en el ámbito teórico, requiere una actualización constante y una mayor vinculación con la práctica profesional (Gobelna & Dolot, 2018; Renzella, 2019). Asimismo, la teoría sociocognitiva de la carrera de Lent, Brown y Hackett (1994) sostiene que las expectativas y la autoeficacia profesional de los estudiantes dependen de la calidad de su formación y de las oportunidades que perciben en el entorno laboral.

En este contexto, la presente investigación tiene como propósito analizar la percepción de los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad

Mayor de Cundinamarca frente a su formación académica, inserción laboral y visión del sector turístico. A través de un enfoque mixto, se busca identificar las fortalezas y debilidades del programa frente a las demandas actuales del mercado, comprendiendo las expectativas, motivaciones y retos de quienes se preparan para integrarse a este sector. De esta manera, el estudio pretende aportar información valiosa para fortalecer la articulación entre la academia y el ámbito productivo, promoviendo una formación más pertinente y una inserción laboral más efectiva en el turismo colombiano.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es un sector fundamental para el desarrollo económico y social de un país, además puede desempeñar un papel crucial en la conservación de los territorios donde se lleva a cabo esta actividad. Su impacto en la economía colombiana ha sido significativo ya que en el año 2023 representó el 4,6 % del Producto Interno Bruto (PIB) (BBVA Research Colombia, 2024,) demostrando así su importancia. Por otro lado, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo reporta un aumento del 22,4 % en el ingreso de divisas en comparación con 2022, impulsado por la llegada récord de turistas al país que se presentó en el año 2023, lo que demuestra la rápida recuperación del sector turístico después de la crisis mundial de la pandemia, ya que para la fecha este se ha recuperado en un 70 % (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo s.f 2024.)

Asimismo, el turismo es un sector estratégico que ha generado oportunidades de empleo a lo largo de los últimos años contribuyendo a la disminución de la tasa de desempleo en el país. En Bogotá se evidencia que en el 2023 se generara un promedio de 97.384 empleos mensuales. Complementando lo anterior dicho se evidencia que la población vinculada en el sector turismo de Bogotá se concentra en el rango de edad de los 25 y 44 años, en promedio para 2023, el 32,1% de los trabajadores informó que se encontraba entre 25 y 34 años y el 24,2 % entre los 35 y 44 años” (Observatorio Laboral para la Educación, 2023).

Sin embargo, según estadísticas del Ministerio de educación nacional en el anterior año 2024 en la capital del país Bogotá se registró que 373 estudiantes se matricularon en el

programa de turismo pregrado, a pesar de esto solo 63 estudiantes matriculados en años anteriores ,culminaron sus estudios y lograron graduarse. Asimismo, se refleja que solo en el año 2022 el porcentaje de estudiantes vinculados al sector turismo oscila entre el 30% hasta el 70% apreciando que la mayoría de estos ganan entre un salario mínimo vigente y menos de dos salarios mínimos vigentes (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, s.f.).

Con base a lo anterior algunos autores han estudiado el fenómeno de la percepción de los estudiantes frente a la oferta laboral en el sector turismo demostrando la relación de la percepción estudiantil frente a la inserción laboral en el sector. En países como Polonia, se evidencia que la mayoría de los estudiantes tiene una percepción positiva frente al campo laboral, aunque un porcentaje de los estudiantes se ven afectados por el agotamiento emocional ocasionando que su impresión ante el ámbito laboral del sector se vea directamente afectado (Grobelna & Dolot, 2018). A diferencia de Polonia, en Argentina se evidenció que la percepción de los estudiantes se basa en la formación académica de la carrera ya que los estudiantes catalogan la educación como media baja en el ámbito de inserción laboral haciendo que su percepción frente al desarrollo laboral sea pobre (Brondani et al.,2016).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante mencionar que la relación del ámbito laboral y los estudiantes están directamente relacionados, ya que existe una dependencia mutua entre ambos. Sin embargo, se resalta el hecho de que cada vez menos estudiantes que se matriculan en carreras universitarias relacionadas al sector turístico, así mismo se evidencia un bajo porcentaje de estudiantes que culminan sus estudios. analizando los antecedentes anteriores, se refleja que es importante estudiar la percepción de los estudiantes frente a el ámbito laboral, ya que según sus percepciones se desempeñarán en el sector. Ahora bien, la ciudad de Bogotá no cuenta con estudios que aborden específicamente la percepción estudiantil respecto a la oferta laboral en turismo. Por esta razón surge la pregunta problema de esta investigación: ¿Cuál es la percepción de los estudiantes y egresados del programa de turismo de la Universidad Colegio mayor de Cundinamarca acerca del sector laboral?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Analizar la percepción de los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca sobre su formación académica, inserción laboral y visión del sector turístico.

3.2 Objetivos específicos

1. Realizar una revisión documental que permita analizar la relación entre la oferta académica en turismo y la ocupación laboral en el sector turístico.
2. Identificar las expectativas laborales de los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
3. Analizar la percepción de los egresados del programa de Turismo frente a las oportunidades laborales en el sector turístico.

4. JUSTIFICACIÓN

Este estudio tiene como propósito entender las oportunidades y los retos que viven los profesionales y estudiantes de turismo al momento de ingresar y desarrollarse en el mundo laboral. La investigación es importante porque no hay muchos estudios que hablen de lo que sucede con los jóvenes después de graduarse y de cómo valoran lo aprendido frente a las necesidades del trabajo. Con esta información se podrán reconocer las necesidades y propuestas que ayuden a mejorar la preparación y la relación entre la universidad y el mundo laboral.

Por lo tanto, esta investigación tiene el fin de analizar las percepciones de los estudiantes frente a su vida laboral después de finalizar sus estudios académicos basados en la formación académica e información actual que tienen acerca del sector. como también busca analizar la percepción de los egresados acerca de la formación que recibieron teniendo

en cuenta la realidad que afrontan en el campo laboral contando que ya finalizaron sus estudios. así mismo tiene el fin de exponer las necesidades de los estudiantes y egresados frente a la formación académica y experiencia laboral.

Por lo tanto, este estudio resulta conveniente ya que puede aportar un análisis académico acerca de la preparación y la expectativa real que tienen los egresados y estudiantes de la universidad colegio mayor de Cundinamarca, lo que permite identificar brechas entre estos. Como también resulta conveniente para estudios futuros relacionados con el tema de investigación proporcionando bases metodológicas y prácticas que pueden ayudar como guía. así mismo genera visualización y atención al tema de investigación produciendo reflexión frente al empleo juvenil

Por otro lado, el aporte social de la presente investigación se ve reflejado en identificar materias claves que se pueden incluir como también transformar en futuros planes de estudios de la universidad, teniendo en cuenta los comentarios de los estudiantes y egresados obtenidos mediante las herramientas propuestas y realizadas en el presente estudio. De igual forma, también se evidencia un aporte social al buscar sensibilizar a la comunidad del sector sobre la estabilidad e integración de los profesionales y futuros profesionales en el ámbito laboral con condiciones óptimas teniendo en cuenta su formación. Por último, se busca articular la formación universitaria con el sector laboral de turismo.

La implicación práctica del presente estudio se expone directamente en las posibilidades de ajuste de futuros pensum para generar una mejor propuesta donde los estudiantes se puedan vincular con mayor facilidad al sector laboral teniendo en cuenta la finalización de sus estudios y el título de la formación.

5 REFERENCIAS CONCEPTUALES

En el apartado de referentes conceptuales de este trabajo de grado se reconoce la importancia de contar con ideas que permitan comprender la relación entre la formación académica y las oportunidades de empleo. Para ello se retoman dos enfoques principales: la teoría del capital humano, que plantea la educación como una inversión que fortalece las habilidades (Becker, 1964), y la teoría sociocognitiva de la carrera, que destaca la influencia de creencias e intereses en las decisiones profesionales (Lent, Brown & Hackett, 1994). De

este modo, se establece una base conceptual que facilita el análisis de la preparación académica y su impacto en la inserción laboral dentro del sector turístico.

En coherencia con lo anterior, se profundiza en la teoría del capital humano, la cual sostiene que los estudiantes aportan habilidades y conocimientos previos que enriquecen su desempeño laboral (Becker, 1964). En este marco, se revisaron nueve documentos académicos, de los cuales tres hacen énfasis en esta teoría como sustento para el desarrollo de la investigación. Estos aportes permiten comprender cómo la formación académica puede convertirse en un factor clave para mejorar las oportunidades de inserción laboral en el sector turístico.

Complementando esta perspectiva, Lashley (2013) señala que muchos estudiantes ya cuentan con habilidades sociales importantes gracias a su experiencia como consumidores, lo que los hace atractivos para trabajos de atención al cliente. Sin embargo, pocas veces se les brinda apoyo para seguir desarrollándose profesionalmente. Esto provoca que su potencial no se aproveche al máximo y que exista una falta de conexión entre las capacidades que tienen y las oportunidades reales de aprender y crecer. Como resultado, su visión del empleo en el sector turístico puede verse afectada, considerándolo menos estable y atractivo como opción de carrera.

De igual manera, el estudio de Rahman Khan y Krishnamurthy (2016) muestra cómo el gobierno de Omán busca apoyar e implementar estrategias de capacitación y educación dirigidas a los jóvenes para trabajar en el sector turístico con el fin de impulsar la economía. Sin embargo, pese a que estas oportunidades han sido planteadas, se evidencia que la baja valoración social de estos empleos y la falta de estabilidad laboral hacen que muchos estudiantes no estén dispuestos a vincularse al sector. En este sentido, se concluye que preparar y formar a las personas no es suficiente para que valoren este campo de trabajo de forma positiva si no se ofrecen buenas condiciones y un reconocimiento adecuado a la profesión.

Así mismo, la forma en que los estudiantes perciben su futuro laboral en el sector turístico está relacionada con cómo valoran los beneficios obtenidos de su formación, así como el reconocimiento que esta tiene en el mercado profesional. Rosyidi (2021) sostiene que la falta de profesionales con formación superior en turismo limita el potencial del sector

generando percepciones negativas entre los estudiantes respecto a las oportunidades laborales, especialmente en ofertas donde resaltan los bajos salarios y las escasas posibilidades de ascenso. De esta forma se resalta la importancia de relacionar la formación académica con las demandas reales del mercado laboral, con el fin de mejorar la empleabilidad y motivación de los futuros profesionales del turismo.

Por otra parte, se profundiza en la teoría sociocognitiva de la carrera, la cual resalta que las creencias, intereses y expectativas influyen directamente en las decisiones profesionales de los estudiantes (Lent, Brown & Hackett, 1994). Como ya se mencionó en este marco se revisaron nueve documentos académicos, de los cuales seis hacen énfasis en esta teoría como sustento para el desarrollo de la investigación. Estos aportes permiten comprender cómo la motivación personal y la percepción de autoeficacia se convierten en factores determinantes para la inserción laboral en el sector turístico.

Teniendo en cuenta lo anterior (Lambulira et al.,2022) en su investigación a partir de la teoría sociocognitiva explica cómo los estudiantes de turismo plantean sus decisiones profesionales en momentos de crisis como la pandemia del COVID-19. Los resultados mostraron que la mayoría de los estudiantes mantenían una percepción positiva frente a las carreras del sector, esperando la recuperación de este tras la pandemia, aunque una minoría expresó incertidumbre debido a las dificultades económicas y la lenta reactivación de la industria. Como resultado se evidencia que muchos estudiantes ajustaron sus aspiraciones según los cambios que sufrió el sector turístico, ya sea con optimismo o con incertidumbre.

De ese mismo modo en el documento que realiza Mustafa et al. (2023) se adapta la Teoría Sociocognitiva de la Carrera con el fin de analizar cómo los ambientes emprendedores universitarios y cómo estos influyen en las intenciones de emprendimiento de estudiantes de turismo. A partir de esto se realiza un estudio con 190 estudiantes en Malasia, donde se evidencio que la autoeficacia y la expectativa de resultados interviene en la relación entre dichos ambientes y las intenciones emprendedoras fortaleciendo la confianza en las propias capacidades y las expectativas positivas sobre el éxito empresarial. De esta manera, la aplicación de la teoría permite comprender cómo los factores ambientales se transforman en motivaciones en los procesos individuales de los universitarios.

Por otra parte, Harb et al. (2023) aplica la Teoría Sociocognitiva de la Carrera junto con el modelo de los Cinco Grandes rasgos de personalidad con el fin de analizar cómo las características personales, la autoeficacia y las expectativas de resultados influyen en las decisiones de carrera de estudiantes de turismo y hospitalidad. de este modo se realiza un estudio con 530 estudiantes donde se evidencio que la autoeficacia y las expectativas de resultados predicen positivamente los intereses de carrera. De esta forma, la teoria permitió comprobar que los rasgos de personalidad generan las condiciones para desarrollar creencias de autoeficacia y expectativas positivas.

Continuando con los autores (Choy & Yeung, 2023) estos explican u abordan a la Teoría Sociocognitiva de la Carrera (SCCT) como un enfoque que busca comprender cómo los intereses, las creencias de autoeficacia y las expectativas de resultado se relacionan con las elecciones académicas y profesionales de los estudiantes. En la investigación se encontró que la autoeficacia y las expectativas positivas están asociadas con la mayor claridad vocacional y mejores proyecciones en el sector turístico. La teoría se utilizó como marco teórico para analizar las relaciones entre las características personales de los estudiantes y sus decisiones de formación y permanencia en el campo del turismo.

En síntesis, el apartado de referentes conceptuales permitió reunir dos enfoques importantes: la teoría del capital humano y la teoría sociocognitiva de la carrera, que ayudan a entender cómo la educación y las creencias de los estudiantes influyen en sus oportunidades de trabajo. Estas ideas muestran que no solo cuentan los conocimientos adquiridos, sino también los intereses, la motivación y la confianza que tengan para tomar decisiones sobre su futuro laboral. Con esto, se construye una base que sirve de guía para analizar cómo los estudiantes y egresados de turismo de la universidad colegio mayor de Cundinamarca, perciben su preparación y las posibilidades que tienen en el mercado laboral.

6 ANTECEDENTES

El apartado de antecedentes de este trabajo recopila investigaciones nacionales e internacionales que analizan las percepciones de estudiantes y egresados de turismo frente a su preparación académica y sus oportunidades en el mercado laboral. Estos estudios muestran cómo influyen aspectos como la experiencia laboral temprana, las expectativas sobre el futuro, la motivación y las condiciones reales de los empleos en la forma en que los jóvenes

valoran al sector turístico. Asimismo, aportan una visión comparativa sobre los desafíos y oportunidades que se presentan en distintos contextos ofreciendo insumos clave para comprender la situación actual en Colombia y de manera particular en la ciudad de Bogotá donde se centra la presente investigación.

Teniendo en cuenta lo anterior iniciando con los autores Grobelna y Dolot (2018) los cuales realizaron un estudio con estudiantes de turismo en el norte de Polonia con el objetivo de reconocer el impacto de la experiencia laboral en su formación académica así mismo en el desarrollo de sus recorridos profesionales. Los hallazgos evidenciaron que la participación temprana en entornos laborales permite a los estudiantes fortalecer sus competencias prácticas, aumentar su confianza y adquirir una comprensión más precisa del funcionamiento real del sector turístico. A partir de estos resultados, los autores destacan la importancia de integrar experiencias laborales dentro del currículo universitario, ya que esto no solo facilita una integración más efectiva hacia el mundo profesional, sino que también mejora la empleabilidad del sector.

Por otro lado, Contreras et al .,(2021) estudiaron cómo visualizan su futuro laboral los estudiantes de turismo en universidades de Puebla, México, teniendo en cuenta sus expectativas como también lo que piensan del mercado de trabajo teniendo en cuenta su nivel de preparación académica. Los resultados muestran que los estudiantes tienen mucha motivación y altas metas para su desarrollo profesional, pero también les preocupan por la estabilidad y el reconocimiento del sector turístico. Los autores señalan que es importante que la formación académica esté alineada con la realidad del mercado para que los futuros egresados tengan mejores oportunidades laborales

Continuando con la recopilación y relación de datos, Pérez Rivero et al. (2016) en su investigación analizan la motivación emprendedora en estudiantes de turismo, comparando las percepciones entre alumnos de grado y posgrado. El estudio revela diferencias significativas en la orientación emprendedora, siendo mayor en los estudiantes de posgrado, lo que sugiere que la experiencia académica y profesional influye en la percepción del campo laboral. Estos hallazgos aportan una visión relevante sobre cómo los futuros profesionales del turismo valoran sus oportunidades laborales y consideran el emprendimiento como una

alternativa viable dentro del sector, como también aporta gratificadamente a la realización de esta investigación.

En búsqueda de documentos para este apartado de la presente investigación, se resalta que uno de los países mayormente investigados en el ámbito de la percepción estudiantil y de egresados respecto a la vida laboral es Argentina. A partir de eso, Renzella (2019) en su investigación estudia la inserción laboral de los graduados en Turismo a partir de un caso en la Universidad Nacional de La Plata, analizando sus trayectorias profesionales y las condiciones del mercado laboral. La investigación evidencia que, si bien muchos egresados logran emplearse en el sector, enfrentan desafíos como la limitación laboral y la escasa valorización profesional. Los resultados que se evidencia en esta investigación permiten comprender cómo los egresados perciben las oportunidades y limitaciones del campo turístico, aportando insumos clave que ayudan a contemplar los posibles desafíos que podrían enfrentar los egresados en Bogotá

Así mismo, Brondani et al. (2016) investigan la percepción de estudiantes y egresados de turismo en Misiones, Argentina, en relación con su formación universitaria y la inserción laboral. Los resultados muestran una valoración positiva de la formación académica, aunque también se señalan dificultades para acceder a empleos estables y reconocidos dentro del sector turístico. Este estudio evidencia la brecha entre la formación recibida y las condiciones reales del mercado laboral, lo que dificulta la inserción laboral de los recién egresados. así mismo se podría contemplar este mismo fenómeno en la ciudad de Bogotá como posible factor de impedimento laboral

Continuando con el año 2021 Abadías analizó las experiencias laborales de jóvenes argentinos que participaron en el programa Summer Work and Travel en Estados Unidos entre 2016 y 2020, abordando cómo estas vivencias influyen en su percepción del trabajo turístico. El estudio revela que, si bien los estudiantes valoran la oportunidad de adquirir experiencia internacional y mejorar el idioma, también enfrentan condiciones laborales pobres. Estas experiencias moldean sus expectativas sobre el campo laboral turístico, destacando desafíos entre formación académica y realidad del empleo.

Por otro lado, se realizó un estudio similar en un país asiático. En su investigación, Tuzunkan (2018) analizó lo que piensan y sienten los estudiantes de turismo de pregrado en

Daejeon, Corea del Sur, sobre la industria turística. El estudio muestra que los estudiantes tienen una visión contradictoria del trabajo en este sector: aunque reconocen que tiene potencial para generar empleo, también expresan preocupaciones por las condiciones laborales, como los bajos salarios y la falta de estabilidad. Estos resultados muestran cómo la formación y las expectativas influyen en la forma en que los futuros profesionales ven sus posibilidades de entrar al mundo laboral del turismo

En el año 2014 Benítez examina mediante una investigación académica la inserción laboral de los graduados en turismo de la Universidad Nacional del Sur en el ámbito de las agencias de viajes en Bahía Blanca. El estudio muestra que, si bien los egresados logran acceder al mercado laboral, enfrentan obstáculos como la sobre calificación, la inestabilidad laboral y la limitada posibilidad de desarrollo profesional Benítez (2014). Estos resultados permiten analizar sobre la adecuación entre la formación académica y las reales demandas del sector turístico.

Rosyidi (2021) analizó las percepciones y actitudes de estudiantes universitarios en Indonesia respecto a una carrera en la industria turística, identificando diversos factores que inciden en su interés profesional. Entre sus hallazgos, se evidenció que la imagen del sector, las oportunidades de desarrollo y la estabilidad laboral inciden de manera significativa en la disposición de los estudiantes para integrarse al campo turístico. En base a esto, el estudio resalta la necesidad de transformar la percepción pública del sector y mejorar las condiciones laborales con el fin de atraer talento joven.

Por su parte, (Hsu, 2013) estudió la motivación para trabajar, el cansancio y las metas profesionales de los estudiantes de hotelería y turismo usando la teoría de la autodeterminación. Los resultados mostraron que cuando la motivación nace del interés personal, ayuda a tener metas más claras y reduce el cansancio; en cambio, cuando la motivación viene impuesta, este tiende a cambiar. Con base en esto, se resalta la importancia de crear entornos académicos que fomenten la autonomía, el interés genuino y el sentido de propósito en los futuros profesionales del turismo.

En otro estudio, Smith y Schofstell (2019) analizaron cómo trabajar mientras se estudia influye en la formación de estudiantes de hospitalidad y turismo en universidades históricamente afroamericanas (HBCU). Encontraron que tener un empleo durante los

estudios puede ayudar a desarrollar habilidades prácticas, pero también puede causar estrés y bajar el rendimiento académico. Por eso, resaltan la importancia de crear estrategias que permitan equilibrar el trabajo con las responsabilidades académicas, para mejorar la preparación profesional de los estudiantes.

Del mismo modo, Gibson y Busby (2009) estudiaron las experiencias de trabajo en el extranjero de estudiantes de turismo, hotelería y gestión de cruceros, analizando cómo influyen en su formación profesional. El estudio mostró que estas prácticas no solo ayudan a mejorar habilidades técnicas y culturales, sino que también hacen que los estudiantes tengan una visión más positiva sobre sus oportunidades futuras en el sector. Por eso, los autores resaltan la importancia de que las universidades brinden un buen acompañamiento para aprovechar al máximo los beneficios de estas experiencias fuera del país.

Continuando con Churchward, J. y Riley, M. (2002) en su investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la formación académica y las percepciones de empleabilidad en estudiantes y egresados del sector turístico. Entre los hallazgos se identificó que la preparación académica fortalece la confianza para enfrentar el mercado laboral, aunque persisten retos asociados a la actualización de contenidos y las oportunidades reales de inserción. Como conclusión, el estudio resalta la necesidad de articular la formación profesional con las demandas del sector, de modo que se favorezca una transición más efectiva hacia la vida laboral

El propósito del estudio fue conocer cómo cambiaron las experiencias de trabajo, las percepciones y la forma de pensar de los estudiantes de secundaria en el Valle de Spey, Escocia, sobre las carreras en turismo y hotelería entre 1978 y 1992 (Getz, 1994). Los resultados mostraron que, aunque muchos jóvenes trabajaron en el sector, con el tiempo vieron estas carreras de forma más negativa por la falta de formación cercana, las dificultades de la industria y la idea de que los empleos no eran atractivos. En conclusión, la investigación resaltó que es importante fortalecer la educación y la capacitación en turismo para mejorar la imagen de este campo y motivar a los jóvenes a interesarse en él.

Por su parte, la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca (2023) a través de la Oficina de Aseguramiento de la Calidad, realizó el Informe de Impacto de los Egresados 2015–2022, con el propósito de evaluar los resultados de la formación universitaria en la vida

profesional y personal de sus graduados. El estudio evidenció que más del noventa por ciento de los egresados se encuentran empleados y que la mayoría desempeña funciones relacionadas con su campo profesional, lo que refleja una valoración positiva de la formación recibida. No obstante, se identificaron áreas que requieren fortalecimiento, especialmente en el dominio de una segunda lengua y en el desarrollo de competencias digitales, las cuales son fundamentales para mejorar la competitividad en el mercado laboral actual. Este informe aporta elementos relevantes a la presente investigación, ya que ofrece una visión institucional sobre la empleabilidad y el impacto académico, aspectos directamente relacionados con la percepción que los estudiantes y egresados del programa de Turismo tienen sobre su preparación y las oportunidades que les ofrece el sector.

En síntesis, los antecedentes revisados permiten evidenciar que la manera en que los estudiantes y egresados de turismo perciben su formación y sus posibilidades de trabajo depende de aspectos como la experiencia práctica, las expectativas sobre el futuro, la motivación y las condiciones del mercado laboral. Estos estudios, realizados en diferentes países, dejan ver tanto oportunidades como dificultades que enfrenta el sector para ofrecer empleos adecuados. Con base en esto, los hallazgos sirven como punto de comparación para entender mejor lo que ocurre en Bogotá y dar soporte a esta investigación.

7 METODOLOGÍA APLICADA

7.1 Tipo de investigación

La investigación se desarrolla bajo un enfoque mixto, basado en la integración de datos cuantitativos y cualitativos para lograr una visión más completa de un fenómeno social (Hernández et al., 2014). Este enfoque permite combinar la medición de tendencias y patrones con la interpretación de experiencias y percepciones individuales. En este caso, se analiza cómo estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca perciben su formación académica y las oportunidades de inserción laboral en el sector turístico.

7.2 Diseño de investigación

La investigación se realizó en el período comprendido entre marzo de 2024 y septiembre de 2024, enfocada principalmente en el análisis de las percepciones de los

estudiantes y egresados del programa de turismo de la universidad colegio mayor de Cundinamarca acerca de la inserción laboral

tabla de metodologías

Objetivo específico	En qué consiste	Como lo hizo
<p>Realizar una revisión documental que permita analizar la relación entre la oferta académica en turismo y la ocupación laboral en el sector turístico</p>	<p>Este objetivo busca comprender qué tan conectada está la formación académica en turismo con las oportunidades laborales reales en el sector. La idea es identificar si lo que enseñan las universidades responde a lo que exige el mercado laboral.</p>	<p>Para este objetivo se revisaron y analizaron datos del Observatorio Laboral para la Educación (OLE) a nivel nacional, local y de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el fin de contrastar la formación en turismo con las condiciones y oportunidades reales de empleo en el sector.</p>
<p>Identificar las expectativas laborales de los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.</p>	<p>Este objetivo busca conocer lo que los estudiantes esperan de su futuro profesional, es decir, cuáles son sus metas, intereses y aspiraciones frente al mundo laboral, y cómo imaginan que será su inserción en el campo del turismo.</p>	<p>Para conocer lo que esperan los estudiantes de su futuro profesional, se diseñaron y aplicaron encuestas que incluían preguntas sencillas abiertas y cerradas, sobre sus intereses y aspiraciones. Entre los aspectos que se indagaron estuvieron: los lugares donde desean trabajar, el tipo de cargos que esperan ocupar, las condiciones laborales que consideran importantes y qué tanto sienten que la carrera los prepara para cumplir esas metas. Esto permitió complementar la información cuantitativa con aportes cualitativos que enriquecen el análisis. Después de recolectar</p>

		las respuestas, la información se organizó y se analizó .
Analizar la percepción de los egresados del programa de Turismo frente a las oportunidades laborales en el sector turístico.	Este objetivo se centra en conocer la opinión de quienes ya se graduaron y si han tenido o no experiencias en el mundo laboral. Su propósito es entender cómo valoran las oportunidades que ofrece el sector, qué dificultades enfrentan y si consideran que la carrera los preparó adecuadamente.	Se diseñaron y aplicaron encuestas que incluían preguntas sencillas abiertas y cerradas con el fin de conocer su percepción sobre diferentes aspectos relacionados con la estabilidad laboral después de haber terminado sus estudios. Esto permitió complementar la información cuantitativa con aportes cualitativos que enriquecen el análisis. Después de recolectar las respuestas, la información se organizó y se analizó.

Fuente elaboración propia

7.3 Definición de variables e indicadores

La presente investigación requiere una definición clara de variables que permitan medir y evaluar cómo valoran su formación académica, su proceso de inserción laboral y su visión frente al sector turístico. De este modo se presentan las principales variables de estudio, junto con sus indicadores correspondientes, que orientan la recolección y análisis de la información.

Percepción sobre la formación académica de los estudiantes y egresados de Turismo:

Para medir la percepción sobre la formación académica, se utilizan diferentes indicadores relacionados con la experiencia educativa. Estos indicadores incluyen el nivel de satisfacción con los contenidos del programa, la pertinencia de lo aprendido frente a las exigencias del sector turístico, la valoración de la calidad de los docentes y los recursos académicos. Con esta información se pudo tener una idea completa de cómo los estudiantes y egresados ven su formación, y como sienten que lo aprendido realmente les sirve para las oportunidades de trabajo en turismo.

Percepción sobre la inserción laboral

Para medir la percepción de los egresados sobre su formación académica, se consideraron distintos aspectos de su experiencia durante la carrera. Entre ellos están el nivel de satisfacción con los contenidos del programa, la utilidad de lo aprendido frente a las exigencias del sector turístico y la valoración que hacen sobre los recursos académicos. Con estos elementos es posible conocer de manera más clara cómo los egresados valoran su formación y qué tanto sienten que esta les ha servido para aprovechar las oportunidades laborales en turismo.

7.4 Población y muestra

En primer lugar, por una parte, la población objeto de este estudio corresponde a los estudiantes matriculados en el programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Este grupo resulta de interés porque reúne a los futuros profesionales que se están formando en el área, por lo tanto, cuentan con expectativas, motivaciones y percepciones particulares sobre el mercado laboral en el sector turístico. Al abordar a esta población se busca identificar cómo los estudiantes interpretan sus oportunidades de empleo y cuál es su visión sobre la relación entre la formación académica y las exigencias del campo laboral.

En segundo lugar, la población objeto de este estudio también corresponde a los egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Este grupo es de especial interés porque reúne a profesionales que ya finalizaron su proceso formativo y han tenido experiencias directas con el mercado laboral en el sector turístico. Al analizar a esta población se busca conocer cómo valoran su formación académica y de qué manera relaciona lo aprendido en la universidad con las oportunidades y retos que han enfrentado en el campo laboral.

Para llevar a cabo la metodología para esta investigación, se realizó una encuesta a 100 estudiantes del programa de turismo de la unicolmayor, con un enfoque específico de percepción sobre la formación académica, inserción y visión laborales. Esta encuesta se realizó durante los meses de agosto y septiembre de 2024, las entrevistas se realizaron online a través de un formulario en línea, aplicado mediante la plataforma Google Forms, la duración promedio fue de 5 min por cada participante.

Continuando con lo anterior también se lleva a cabo una encuesta a 50 egresados del programa de turismo de la unicolmayor, con un enfoque específico de percepción sobre la formación académica, inserción y visión laborales. Esta encuesta se realizó durante los meses de agosto y septiembre de 2024, las entrevistas se realizaron online a través de un formulario en línea, aplicado mediante la plataforma Google Forms, la duración promedio fue de 5 min por cada participante.

7.5 Instrumentos de recolección de datos

Para la investigación se utilizó como instrumento principal la encuesta, diseñada para recoger información de los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Esta incluyó preguntas con escala de Likert, que permitieron medir cuantitativamente aspectos como la formación académica, la inserción laboral y la visión del sector turístico, junto con preguntas abiertas que ofrecieron la posibilidad de expresar opiniones y experiencias de manera más libre y detallada. El uso de los dos tipos de preguntas permitió tener una visión más completa, ya que se reunieron datos claros y medibles junto con opiniones más personales sobre el trabajo en turismo.

Limitaciones

Entre las principales limitaciones de la investigación se encuentra el tamaño y alcance de la muestra, ya que no fue posible incluir a la totalidad de los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. La muestra estuvo compuesta principalmente por un grupo representativo de estudiantes activos y por 50 egresados, lo que permitió obtener una visión general, pero no completamente abarcadora de todas las perspectivas del programa. Además, el estudio se limitó exclusivamente a esta institución, lo que restringe la posibilidad de comparar los resultados con los de otras universidades o contextos académicos similares. Estas condiciones pudieron influir en la diversidad de las opiniones recogidas y por lo tanto en el alcance de las conclusiones, aunque los datos obtenidos siguen siendo relevantes para comprender las percepciones y expectativas laborales dentro del ámbito del turismo.

RESULTADOS Y DISCUSIONES

Revisión documental

El análisis de resultados permite comprender cómo los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca perciben su formación académica y las oportunidades laborales en el sector turístico. Para ello se revisaron fuentes del Observatorio Laboral para la Educación, así como datos estadísticos nacionales y departamentales que reflejan la movilidad, la inserción y las condiciones salariales de los graduados. A partir de esta información se presentan los hallazgos organizados en tablas y descripciones analíticas, que permiten observar de manera integral la formación académica y mercado laboral.

Según datos del SNIES, en el país existen actualmente 39 programas de turismo activos pregrados, cada uno con diferentes enfoques, niveles de formación y modalidades de estudio. Esta variedad refleja el interés de las instituciones de educación superior en responder a las necesidades del sector y formar profesionales con distintas perspectivas para atender la demanda laboral. A partir de esta oferta general, se destacan algunos programas de universidades que permiten analizar la relación entre la formación académica y las percepciones sobre la vida laboral de los egresados.

Tabla 2. Programas de turismo activos en universidades seleccionadas (SNIES)

CÓDIGO INSTITUCIÓN	CÓDIGO PROGRAMA	NOMBRE INSTITUCIÓN	NOMBRE PROGRAMA	TÍTULO OTORGADO	ESTADO DE REGISTRO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	FECHA DE PUBLICACIÓN	FECHA DE INICIO DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE FIN DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE INICIO DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE FIN DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE INICIO DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE FIN DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE INICIO DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE FIN DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE INICIO DE CLASIFICACIÓN	FECHA DE FIN DE CLASIFICACIÓN
1110	1110	UNIVERSIDAD DEL CAUCA	18000 TURISMO	PROFESIONAL EN TURISMO	Regimen articulado	F	2009/02/01	Actualizado	13	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan	40276130				
1111	1111	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA PEREIRA - UTP	53850 ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE	Regimen articulado	F	2009/02/01	Actualizado	13	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan	40111370				
1112	1112	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA PEREIRA - UTP	53850 TECNICA PROFESIONAL EN SERVICIOS DE LOS TURISMO SOSTENIBLE	TECNICO PROFESIONAL EN PROCESOS DEL SERVICIO SOSTENIBLE	Regimen articulado	F	2009/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
1113	1113	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA PEREIRA - UTP	53850 TECNICA PROFESIONAL EN SERVICIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE	TECNICO PROFESIONAL EN SERVICIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE	Regimen articulado	F	2009/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan	4020000				
1101	1101	UNIVERSIDAD COLOMBIANA MAYOR DE CUNDINAMARCA	11700 TURISMO	PROFESIONAL EN TURISMO	Regimen articulado	F	11/03/2009	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Bogota D.C.	Bogota D.C.	3000000				
1120	1120	UNIVERSIDAD DEL PICHICHE	11700 Turismo	Profesional en Turismo	Regimen articulado	F	2002/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Valle del Cauca	Balsamorán					
1201	1201	UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	10000 SERVICIOS EN COLOMBIA Y TURISMO	SERVICIOS EN COLOMBIA Y TURISMO	Regimen articulado	F	2002/02/01	Actualizado	4	Semanal	Por la noche	Antioquia	Medellin	212300				
1204	1204	UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE MANIZABES	10000 TURISMO	PROFESIONAL EN TURISMO	Regimen articulado	F	2003/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Cundinamarca	Soacha	1004000				
1301	1301	UNIVERSIDAD NACIONAL DE BIOTECNOLOGIA	10000 TURISMO	PROFESIONAL EN TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Valle del Cauca	Cartagena	1047000				
1800	1800	UNIVERSIDAD LEON	12000 Turismo	Profesional en Turismo	Regimen articulado	F	2011/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
2711	2711	FUNDACION UNIVERSITARIA DE LOS RIOS	11000 ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE	Regimen articulado	F	17/04/2011	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Bogota	Cajicaya	300700				
2716	2716	UNIVERSIDAD COLOMBIANA FRANCISCO DE PAIS	10000 TECNICA PROFESIONAL EN HOTELERIA Y TURISMO	TECNICO PROFESIONAL EN HOTELERIA Y TURISMO	Regimen articulado	F	17/01/2009	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Antioquia	Medellin	201700				
3011	3011	UNIVERSIDAD EAFIT	11000 Turismo Sostenible	Profesional en Turismo Sostenible	Regimen articulado	F	2005/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Bogota D.C.	Bogota D.C.	1074000				
3012	3012	UNIVERSIDAD CATOLICA DE BOGOTA	10000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2008/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Valle del Cauca	Balsamorán					
3014	3014	UNIVERSIDAD ALMA MATER - UNIVERSIDAD ALMA MATER	30000 HOTELERIA Y TURISMO	PROFESIONAL EN HOTELERIA Y TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Bogota D.C.	Bogota D.C.	420000				
3040	3040	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICA EN SERVICIOS DEL TURISMO CULTURAL Y RECREATIVO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO CULTURAL Y RECREATIVO	Regimen articulado	F	01/04/2009	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Cundinamarca	Soacha	200200				
3046	3046	UNIVERSIDAD DE LA GUAYANA FRANCESA	10000 HOTELERIA Y TURISMO	PROFESIONAL EN HOTELERIA Y TURISMO	Regimen articulado	F	2011/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3050	3050	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3051	3051	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3052	3052	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3053	3053	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3054	3054	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3055	3055	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3056	3056	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3057	3057	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3058	3058	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3059	3059	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3060	3060	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3061	3061	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3062	3062	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3063	3063	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3064	3064	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3065	3065	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3066	3066	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					
3067	3067	UNIVERSIDAD LAVERGNE EN INGENIERIA Y MANEJO DE EMPRESAS	11000 TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	TECNICO EN SERVICIOS DEL TURISMO	Regimen articulado	F	2012/02/01	Actualizado	4	Semanal	Diurno	Caucasia	Popayan					

elaboración propia basada Programas de turismo activos en universidades seleccionadas(SNIES)

La tabla número 2 recopila información sobre los programas de formación en turismo ofrecidos por distintas instituciones de educación superior en Colombia. En ella se incluyen universidades públicas y privadas que incluyen programas técnicos, tecnológicos y profesionales en turismo, hotelería, administración turística y áreas afines. Los datos evidencian variaciones significativas en aspectos como los costos de matrícula, la duración de los programas, el nivel de formación y la ubicación geográfica de las instituciones.

Al comparar los resultados con la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, se observa que esta institución ofrece el programa de Profesional en Turismo, con un costo de matrícula aproximado de \$3.590.000, ubicándose en un rango medio frente a otras universidades del país. Sin embargo, es importante mencionar que actualmente el programa de turismo de la unicolmayor es el único programa a nivel nacional que cuenta con matrícula

una oferta educativa diversa. Este panorama es clave para comprender cómo se distribuye la formación en turismo en la capital y el nivel de cobertura que tiene cada programa.

Al comparar las cifras de matrícula, se observa que la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca registró cerca de 756 estudiantes entre primer y segundo semestre, mientras que la Uniagustiniana alcanzó aproximadamente 998 estudiantes en el mismo año. En contraste, la Universidad Antonio Nariño apenas sumó alrededor de 69 matriculados, y el CIDE junto con el Politécnico Internacional presentaron cifras reducidas que oscilaron entre 20 y 80 estudiantes por semestre. Estas diferencias reflejan el mayor posicionamiento y capacidad de atracción de las universidades más reconocidas frente a las de menor cobertura.

En relación con lo anterior los datos permiten relacionar la oferta académica con la percepción de calidad y con las expectativas que los estudiantes construyen sobre su futuro laboral. En este sentido, la información sirve de base para comprender cómo la formación inicial puede influir en las opiniones de estudiantes y egresados frente a la vida laboral en el sector turístico.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la tabla 3 se evidencia una alta concentración de matrícula en programas de turismo ubicados en Bogotá, lo que refleja un acceso desigual a la educación superior en este campo. De acuerdo con Sánchez y Roldán (2019), esta centralización limita el desarrollo académico y profesional en regiones con menor oferta educativa, generando brechas en la formación del talento humano. En concordancia con la Teoría Sociocognitiva de la Carrera (Lent, Brown y Hackett, 1994) y lo planteado por Hernández y Pulido (2021), la ubicación y reputación de las instituciones influyen en la confianza, las expectativas y las decisiones vocacionales de los estudiantes, reforzando la tendencia a concentrarse en contextos urbanos percibidos como más prometedores.

Tabla 4 Movilidad Laboral de los graduados

CUNDINAMARCA		
AÑO 2021		
DEPARTAMENTO	VALOR	PORCENTAJE
AMAZONAS	147.0	0%

ANTOQUIA	63999.0	12%
ARAUCA	521.0	0%
ATLANTICO	30659.0	6%
BOLIVAR	17181.0	3%
BOYACA	16240.0	3%
CUNDINAMARCA	19528.0	4%
BOGOTA D.C	192430.0	37%
GUAINIA	104.0	0%
NARIÑO	8189.0	2%
NORTE DE SANTANDER	13473.0	3%
PUTUMAYO	1032.0	0%
SANTANDER	29931.0	6%
SAN ANDRESY PROVIDENCIA	312.0	0%
VALLE DEL CAUCA	36963.0	7%
VAUPES	217.0	0%
VICHADA	171.0	0%

Elaboración propia basada en: Movilidad Laboral de los graduados Observatorio Laboral para la educación

La Tabla 3 muestra en qué departamentos de Colombia están trabajando los graduados en empleos formales. Los datos señalan que Bogotá D.C. reúne el 37% del total nacional (192.430 personas), convirtiéndose en el lugar con más oportunidades para ellos. Esto confirma que la capital sigue siendo el centro económico y laboral del país, donde se concentran la mayoría de los empleos para los recién egresados.

Al seguir con el análisis, se destacan departamentos como Antioquia con el 12%, Valle del Cauca con el 7% y Atlántico y Santander con el 6% cada uno. Estos lugares sumados a Bogotá concentran más de la mitad de los graduados que logran empleo, lo que muestra que el trabajo se reúne principalmente en las grandes ciudades. También aparecen departamentos como Cundinamarca, Bolívar, Boyacá y Norte de Santander, con porcentajes de entre 3% y 4%, que juegan un papel intermedio en la contratación de graduados.

Por el contrario, departamentos como Vaupés, Vichada, Guainía, San Andrés, Putumayo, Arauca y Amazonas reúnen menos del 1% de los graduados. Esto muestra que en estas zonas hay menos posibilidades de empleo, en parte por la falta de infraestructura y de desarrollo económico. Así, se confirma que la mayoría de los graduados se concentra en pocas ciudades principales, mientras que las regiones más apartadas tienen muy pocas opciones para atraer o mantener profesionales.

Los resultados de la Tabla 4 muestran que muchos egresados buscan empleo fuera de su lugar de formación. Según Torres y Guevara (2020), esta movilidad profesional refleja la falta de equilibrio entre la oferta académica y la demanda del mercado, lo que obliga a los graduados a desplazarse para encontrar mejores condiciones. De acuerdo con la Teoría Sociocognitiva de la Carrera (Lent, Brown y Hackett, 1994) y lo planteado por Baquero (2018), las expectativas de logro y la percepción de estabilidad influyen en las decisiones de migración, reforzando la tendencia a buscar entornos con mayor seguridad laboral y crecimiento profesional.

Tabla 5 Movilidad Laboral de los graduados emisión Bogotá Dc

Movilidad por Departamento	
Bogotá, D.C.	
Total, Cotizantes	180.193
Graduados	63,29 %
Emisión	20,76 %

Principales departamentos Receptores	
DEPARTAMENTO	PORCENTAJE
Meta	0,94 %
Cundinamarca	4,97 %
Valle del Cauca	1,53 %
Boyacá	0,89 %
Antioquia	2,41 %
Santander	1,11 %
Vaupés	0,03 %
Guaina	0,05 %
Amazonas	0,06 %

Elaboración propia basada en: Movilidad Laboral de los graduados emisión Bogotá Dc, Observatorio Laboral para la educación

La Tabla 4 muestra la situación laboral de los graduados formados en Bogotá D.c y cómo se movilizan hacia otras regiones del país. En total se registran 180.193 graduados cotizantes, lo que representa el 63,29% de quienes terminaron sus estudios. El dato de emisión (20,76%) indica que una parte de ellos trabaja en otros departamentos, aunque la mayoría permanece en la capital.

Los principales destinos de quienes salen de Bogotá son Cundinamarca (4,97%), Antioquia (2,41%) y Valle del Cauca (1,53%), seguidos por Santander, Meta y Boyacá. Esto muestra que los graduados suelen moverse hacia departamentos cercanos o con más oportunidades de empleo. De esta manera, Bogotá no solo retiene a la mayoría de sus profesionales, sino que también aporta trabajadores a otras regiones importantes del país.

Por el contrario, departamentos como Vaupés, Guainía, Amazonas y Sucre reciben porcentajes muy bajos de graduados bogotanos. Esto refleja que en estas zonas hay menos oportunidades laborales y menos capacidad para atraer profesionales. Teniendo en cuenta esto se evidencia que Bogotá sigue siendo el principal centro de empleo y formación, con cierta movilidad hacia regiones fuertes, mientras que las zonas apartadas tienen pocas posibilidades de recibir graduados.

La información de la Tabla anterior refleja que muchos egresados deben desplazarse a otras regiones para encontrar empleo, lo que muestra una desconexión entre la formación académica y la oferta laboral local. Becker (1964) señala que las personas buscan trasladarse hacia lugares donde su educación tenga mayor valor y rentabilidad. De manera similar, Brondani et al. (2016) encontraron que en el turismo los egresados suelen migrar por la falta de estabilidad laboral, lo que refuerza la existencia de un mercado segmentado y poco consolidado.

Tabla 6 Movilidad Laboral de los graduados recepción Bogotá Dc

Movilidad por Departamento	
Bogotá, D.C.	
Total, Cotizantes	132.330
Graduados	86,19 %
recepción	13,81 %
Principales departamentos Emisores	
DEPARTAMENTO	PORCENTAJE
Cundinamarca	5,45 %
Boyacá	1,44 %
Antioquia	0,95 %
Santander	1,21 %

Atlántico	0,7 %
Vichada	0,0 %
Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina	0,01 %
Guaina	0,0 %
Amazonas	0,0 %
Putumayo	0,01 %

Elaboración propia basada en : Movilidad Laboral de los graduados recepción Bogotá Dc, Observatorio Laboral para la educación

La tabla 6 muestra cuántos graduados trabajan en la ciudad de Bogotá D.c, según el lugar donde estudiaron. En total hay 132.330 personas cotizando, de las cuales el 86,19% estudiaron en Bogotá y el 13,81% vienen de otros departamentos. Como se evidenció anteriormente, esto quiere decir que la capital no solo retiene a la mayoría de sus propios graduados, sino que también recibe profesionales de otras regiones.

Entre los departamentos que más aportan profesionales a Bogotá se destacan Cundinamarca (5,45%), Boyacá (1,44%), Santander (1,21%), Antioquia (0,95%) y Atlántico (0,7%). Estas cifras reflejan que la cercanía geográfica y el peso económico de ciertas regiones facilitan que sus graduados encuentren oportunidades en la capital. De este modo, Bogotá recibe profesionales de territorios vecinos y de algunos polos regionales que reconocen en la capital un espacio con mayores posibilidades de empleo formal.

En contraste, departamentos como Vichada, Guainía y Amazonas no registran graduados trabajando en Bogotá, mientras que otros, como Putumayo, Arauca o San Andrés, apenas alcanzan porcentajes cercanos al 0,01%. Esto muestra que la capacidad de atracción de la capital se concentra en regiones específicas, dejando a las zonas periféricas con una participación mínima. Bogotá se posiciona como el principal centro receptor de graduados

en el país, al combinar una fuerte retención de sus propios profesionales con una atracción selectiva de talento formado en otras partes de Colombia.

La Tabla 6 indica que Bogotá no solo retiene a sus propios egresados, sino que también recibe profesionales de diferentes regiones, consolidándose como el principal centro de empleo en el país. Este comportamiento, según Becker (1964), responde a la búsqueda de un mayor retorno del capital humano, mientras que Lent, Brown y Hackett (1994) lo explican a partir de las expectativas positivas que los egresados asocian con la estabilidad y el progreso en la capital. En sintonía, la teoría de la segmentación laboral (Doeringer y Piore, 1971) plantea que los empleos de mayor calidad tienden a concentrarse en sectores urbanos, reforzando la desigualdad regional.

Tabla 7 ingreso base de cotización universidades Bogotá

		Año de corte	Medidas
		Año	Medidas
Programa	7 Rangos salariales	2022	
Código programa	7 Rangos salariales	Graduados cotizantes dependientes	Porcentaje
101718-TURISMO	1 SMMLV	2	28,60%
	Entre 1 y 1,5 SMMLV	5	71,40%
18679-TURISMO	1 SMMLV	1	20,00%
	Entre 1 y 1,5 SMMLV	1	20,00%
	Entre 1,5 y 2,5 SMMLV	2	40,00%
	Entre 2,5 y 4 SMMLV	1	20,00%
53792-TURISMO	1 SMMLV	9	25,00%
	Entre 1 y 1,5 SMMLV	18	50,00%

	Entre 1,5 y 2,5 SMMLV	8	22,20%
	Entre 2,5 y 4 SMMLV	1	2,80%
Total		48	100
Mediana_7_Rangos		Entre 1 y 1,5 SMMLV	

Elaboración propia basada en IBC del Observatorio Laboral para la educación

La revisión de la tabla 7 mostró que muchos egresados del programa de Turismo sí están trabajando, pero la mayoría recibe sueldos bajos. Gran parte de ellos gana cerca de un salario mínimo legal vigente. Esto deja ver que aunque hay empleo, las posibilidades de crecer económicamente en este campo siguen siendo limitadas.

Algunos egresados logran acceder a mejores ingresos, ubicándose entre 1,5 y 2,5 salarios mínimos, e incluso unos pocos alcanzan hasta 4 salarios mínimos. Sin embargo, la cantidad de personas en estos rangos es muy reducida. Esto refleja que no todos los profesionales del sector cuentan con las mismas oportunidades para mejorar sus condiciones laborales.

Al mirar cada programa, se observa que el código 101718 (Licenciatura en Turismo de la Institución Universitaria EAM.) concentra casi todos sus egresados en los sueldos más bajos, mostrando pocas opciones de mejora. En cambio, el programa 18679 (Universidad del Cauca Unicauca) para su programa de Turismo, tiene una distribución más variada con un grupo que alcanza niveles intermedios de ingresos. Por su parte, el programa 53792 (Universidad-Colegio Mayor de Cundinamarca de turismo) se encuentra en un punto medio, aunque la mayoría de sus graduados también se mantienen entre uno y uno y medio salarios mínimos.

La Tabla 7 revela que, aunque los egresados de turismo logran insertarse laboralmente, la mayoría percibe ingresos bajos, lo que limita su motivación y proyección profesional. Desde la teoría del capital humano (Becker, 1964), esta situación refleja un bajo retorno a la inversión educativa, mientras que desde la teoría sociocognitiva (Lent, Brown y

Hackett, 1994), las condiciones salariales influyen negativamente en la autoeficacia y las expectativas de crecimiento. Investigaciones como las de Rosyidi (2021) y López y García (2019) confirman que la baja remuneración en el turismo reduce el atractivo de la profesión y contribuye a la alta rotación laboral en el sector.

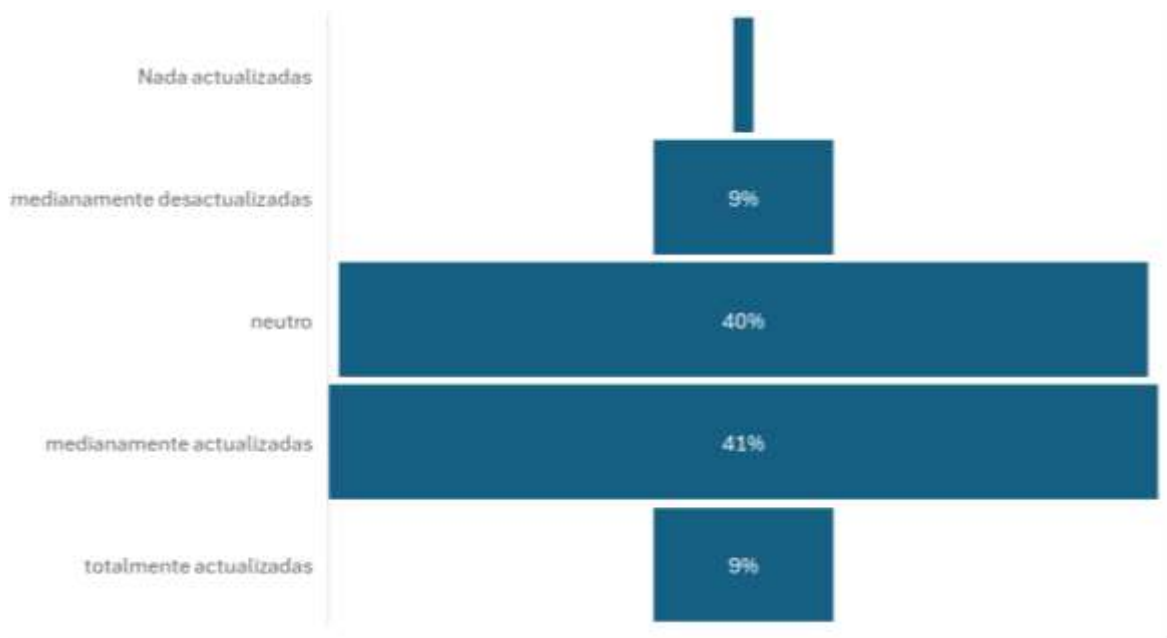
Identificación de las expectativas laborales de los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

La encuesta realizada a los estudiantes del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca buscó conocer cómo ven su formación y qué esperan de su vida laboral en el futuro. Primero se revisaron las respuestas a las preguntas cualitativas, lo que permitió entender de manera más cercana lo que piensan los estudiantes sobre lo que aprenden y cómo creen que eso les servirá en su profesión. De esta manera, los resultados se convierten en una herramienta valiosa para identificar fortalezas en el proceso de enseñanza, así como aquellos aspectos que requieren ajustes y mejoras aportando a la consolidación de una formación más pertinente y ajustada a las demandas reales del entorno profesional.

La encuesta estuvo dividida en tres partes principales. La primera abordó la formación académica y la preparación profesional, las otras dos se enfocaron en la inserción laboral y en las expectativas que tienen los estudiantes sobre las condiciones de trabajo y las oportunidades laborales en el sector turístico. A continuación, se presenta el análisis de cada una de las preguntas cualitativas junto con los resultados y las gráficas correspondientes.

Pertinencia de las materias con el mercado laboral

Gráfica 1 actualización de materias del programa



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 1

La primera pregunta de la encuesta buscaba conocer si los estudiantes consideran que la formación recibida en el programa de Turismo es realmente útil para su futuro laboral. Con esta inquietud se pretendía identificar si existe relación entre lo que aprenden en las clases y lo que se espera de ellos en el campo profesional. A partir de sus respuestas, fue posible reconocer tanto los aspectos positivos de la formación como las dudas que tienen sobre lo aprendido.

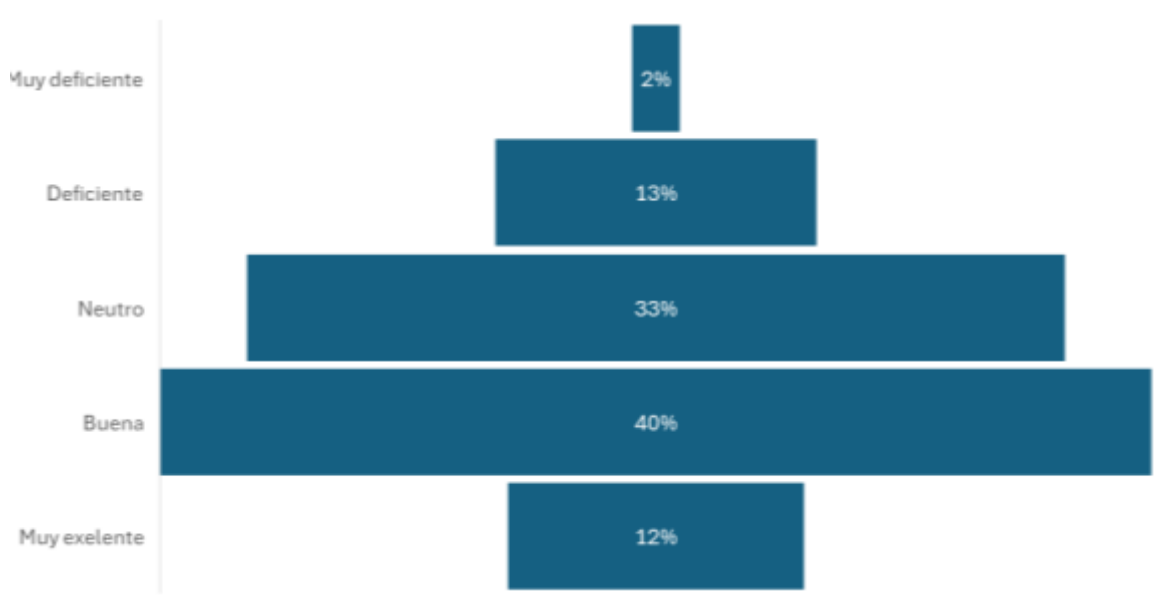
La gráfica muestra que el 41% de los estudiantes considera que las materias están bastante actualizadas y el 40% piensa que tienen un nivel medio. En contraste, solo un 9% cree que las asignaturas están muy actualizadas y otro 9% que están poco actualizadas, mientras que nadie dijo que estuvieran totalmente desactualizadas. Esto deja ver que, aunque en general los contenidos se valoran como adecuados, todavía hay espacio para hacerlos más acordes con lo que pide el mundo laboral.

El análisis de las respuestas muestra que la mayoría de los estudiantes considera que las materias que cursan en el programa de Turismo sí guardan relación con lo que se espera de ellos en el ámbito laboral, pero también expresan que algunas asignaturas deberían renovarse o tener un enfoque más aplicado. Muchos reconocen que la carrera les brinda una base teórica sólida; sin embargo, sienten que los conocimientos aún no alcanzan a reflejar

completamente las exigencias actuales del sector, especialmente en temas como sostenibilidad, gestión digital del turismo o atención al cliente internacional. Esta percepción refleja una necesidad de acercar más los contenidos del aula a la realidad de las empresas, hoteles y agencias.

De acuerdo con la teoría del capital humano de Becker (1964), la educación es una inversión que debe traducirse en mayores competencias y oportunidades, sin embargo, si el currículo no evoluciona con las demandas del mercado, su valor se reduce. En este sentido, Baquero (2018) señala que el turismo requiere programas flexibles que integren la práctica con la teoría para responder a los cambios del entorno laboral. Asimismo, Hernández y Pulido (2021) destacan que la vinculación con el sector productivo y la formación experiencial fortalecen la empleabilidad de los egresados, esto coincide con los resultados de este estudio, donde los estudiantes valoran lo aprendido, pero reconocen la necesidad de más espacios prácticos para mejorar su preparación profesional.

Gráfica 2 calidad de formación académica



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 2

La segunda pregunta de la encuesta buscaba conocer cómo califican los estudiantes la calidad de la formación académica que reciben para desempeñarse en el sector turístico. Con esta pregunta se pretendía identificar si la preparación que reciben cumple con sus expectativas y si los contenidos que estudian realmente les ayudan a proyectarse en su futuro laboral. A partir de sus respuestas se logró ver tanto la valoración positiva de muchos estudiantes como las críticas de quienes consideran que la formación aún tiene aspectos por mejorar.

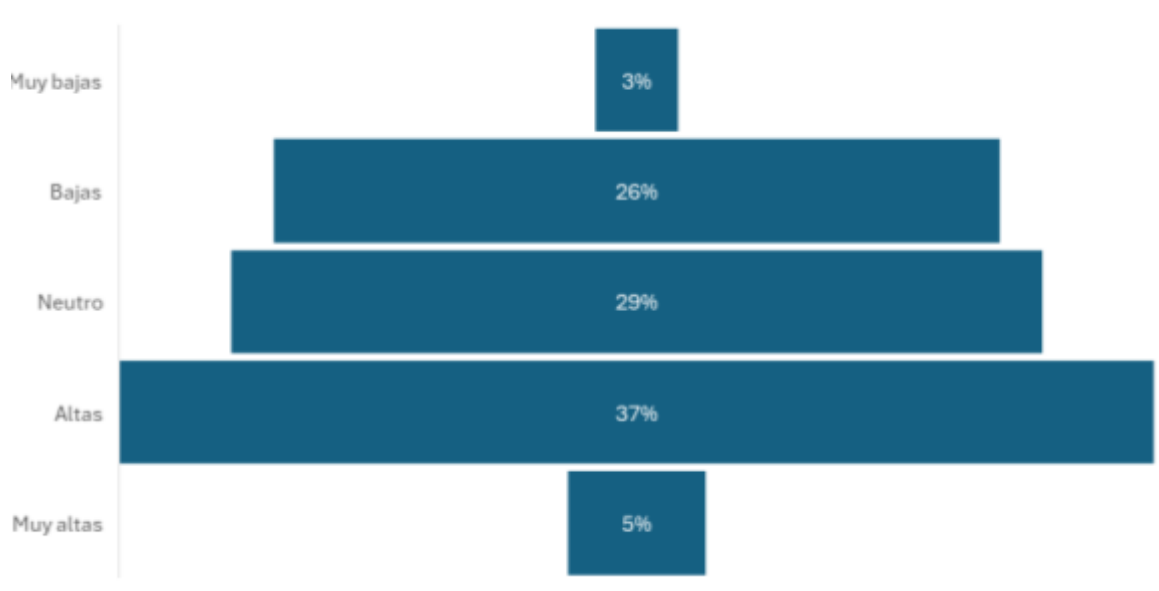
Los resultados muestran que la mayoría de los estudiantes valora de manera favorable la formación, ya que un 40% la calificó como buena y un 12% como excelente, lo que significa que más de la mitad se siente satisfecha. Sin embargo, un 34% opinó que la calidad es solo aceptable, lo cual indica que, aunque cumple con lo básico, todavía se perciben vacíos que podrían afectar su preparación para el trabajo. Además, un 14% expresó que la formación es mala o muy mala, lo que refleja que aún existen fallas entre lo que se enseña en las aulas y lo que demanda el sector turístico.

Los resultados indican que los estudiantes perciben la calidad de su formación como buena, aunque la mayoría considera que todavía hay margen para mejorarla. En sus respuestas, la falta de actualización en algunos contenidos y la necesidad de vincular más proyectos reales y prácticas con el sector turístico. Esta combinación de satisfacción y crítica muestra que los estudiantes reconocen los esfuerzos institucionales, pero esperan una formación más dinámica y adaptada a los cambios del turismo

Teniendo en cuenta el análisis anterior, la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent, Brown y Hackett, 1994), la percepción de una formación de calidad fortalece la autoeficacia, es decir, la confianza del estudiante para desempeñarse con éxito en el trabajo. Sin embargo, cuando sienten que su preparación es limitada, también disminuye su seguridad y motivación profesional. En este mismo sentido, Churchward y Riley (2002) observaron que los programas que logran equilibrar teoría y práctica son los que generan mayor confianza en los egresados, lo cual se refleja en esta investigación, donde los estudiantes valoran su educación, pero consideran que podría tener un impacto más directo en su futuro laboral.

Inserción laboral

Gráfica 3 Expectativa inserción laboral



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 4

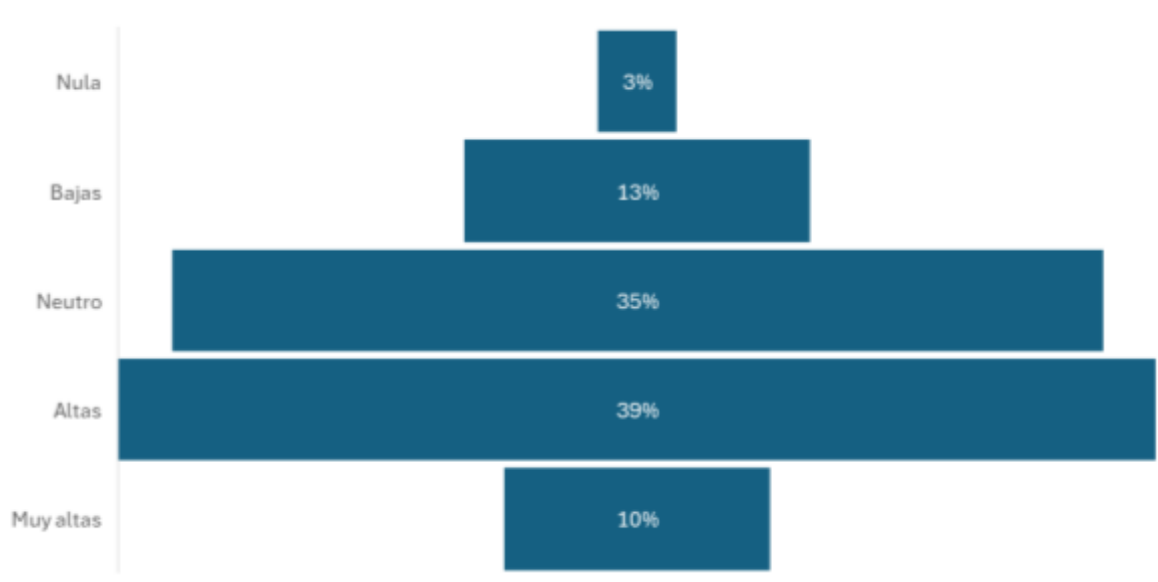
La cuarta pregunta de la encuesta buscó conocer cuáles son las expectativas de los estudiantes frente a la posibilidad de encontrar empleo en el sector turístico una vez se gradúen. Con esta pregunta se buscaba entender el nivel de confianza que tienen sobre sus oportunidades laborales y cómo perciben la estabilidad del mercado en este campo. A partir de sus respuestas fue posible identificar tanto la confianza moderada que predomina en el grupo como las dudas e incertidumbres que también están presentes.

Los resultados muestran que el 37% de los estudiantes tiene expectativas altas frente a conseguir empleo al egresar, mientras que un 29% se mantiene en una posición intermedia. En contraste, un 26% manifestó que sus expectativas son bajas, y un 3% y 5% se ubican en los extremos de muy bajas y altas, respectivamente. Esto deja ver que, aunque existe un nivel de confianza razonable en las oportunidades que ofrece el turismo, también hay una parte importante de estudiantes que no se siente plenamente segura frente a su futuro laboral.

El análisis revela que la mayoría de los estudiantes mantiene expectativas positivas respecto a conseguir empleo, aunque algunos manifiestan incertidumbre por la falta de estabilidad y las pocas oportunidades dentro del sector. Muchos confían en que su formación les permitirá acceder al campo laboral, pero otros temen que la competencia laboral sea alta.

Esta mezcla de optimismo y preocupación refleja la realidad cambiante del mercado turístico. Desde la teoría del capital humano (Becker, 1964), el nivel educativo debería garantizar mejores oportunidades, pero esto no ocurre si el mercado no valora la preparación de los egresados. De manera similar, Rosyidi (2021) halló que los estudiantes de turismo en Indonesia confían en su formación, pero dudan de la estabilidad del sector. Esta tendencia se repite en este estudio, donde los estudiantes colombianos expresan fe en su preparación, aunque son conscientes de las limitaciones del mercado laboral nacional.

Gráfica 4 percepción de crecimiento en el sector



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 5

La quinta pregunta de la encuesta buscó conocer cómo perciben los estudiantes las posibilidades de crecimiento profesional dentro del sector turístico. Con esta pregunta se pretendía identificar si los futuros egresados ven el turismo como un campo que les permita avanzar en su carrera y tener estabilidad a largo plazo. Sus respuestas permiten observar que la mayoría muestra cierto optimismo, aunque también se hacen evidentes dudas sobre el alcance real de estas oportunidades.

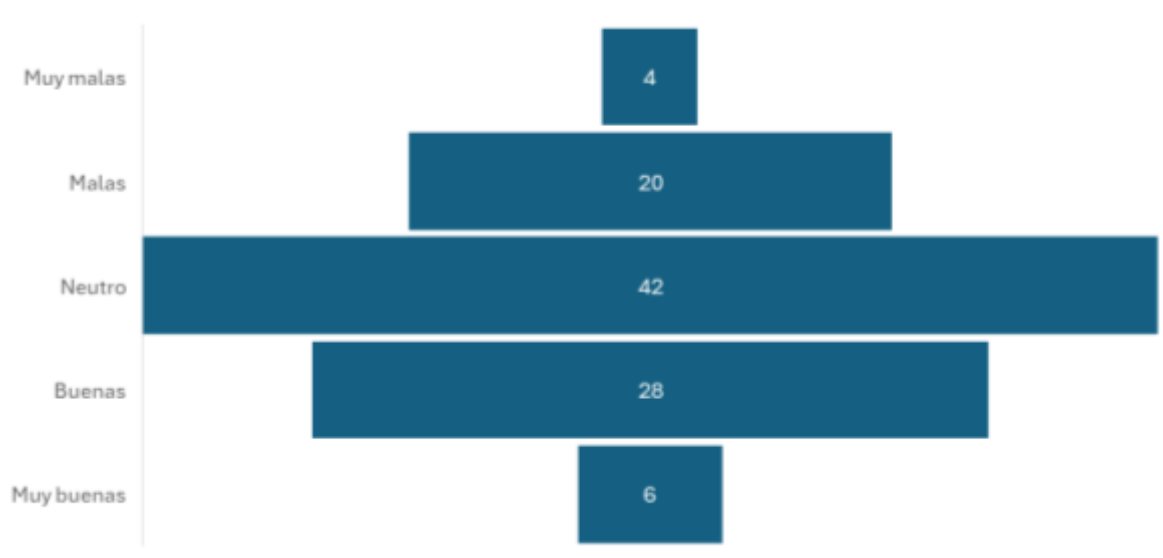
Los resultados indican que el 39% de los estudiantes percibe buenas oportunidades de crecimiento profesional en el sector, mientras que un 35% se ubica en un punto intermedio. En contraste, un 13% considera que dichas oportunidades son bajas y un 3% las califica como

mulas, lo que refleja desconfianza en algunos estudiantes. Solo un 10% de los encuestados percibe grandes posibilidades, lo cual evidencia que, aunque existe una visión favorable, no todos están convencidos de que el turismo ofrezca un desarrollo laboral sólido.

Las respuestas reflejan que los estudiantes perciben el turismo como un sector que sí ofrece oportunidades de crecimiento, aunque advierten que estas dependen del tipo de empresa y la experiencia previa. También mencionan que la falta de estabilidad inicial y los bajos salarios dificultan el desarrollo profesional. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent et al., 1994), las expectativas de progreso laboral influyen directamente en la motivación y compromiso profesional. En esta línea, Lashley (2013) señala que los jóvenes del turismo poseen buenas competencias interpersonales, pero carecen de apoyo para consolidar su carrera, fenómeno que también se observa en esta investigación, donde los estudiantes perciben potencial de crecimiento, aunque condicionado por factores estructurales del sector.

Visión del sector

Gráfica 5 Condición laboral del sector en Colombia



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 7

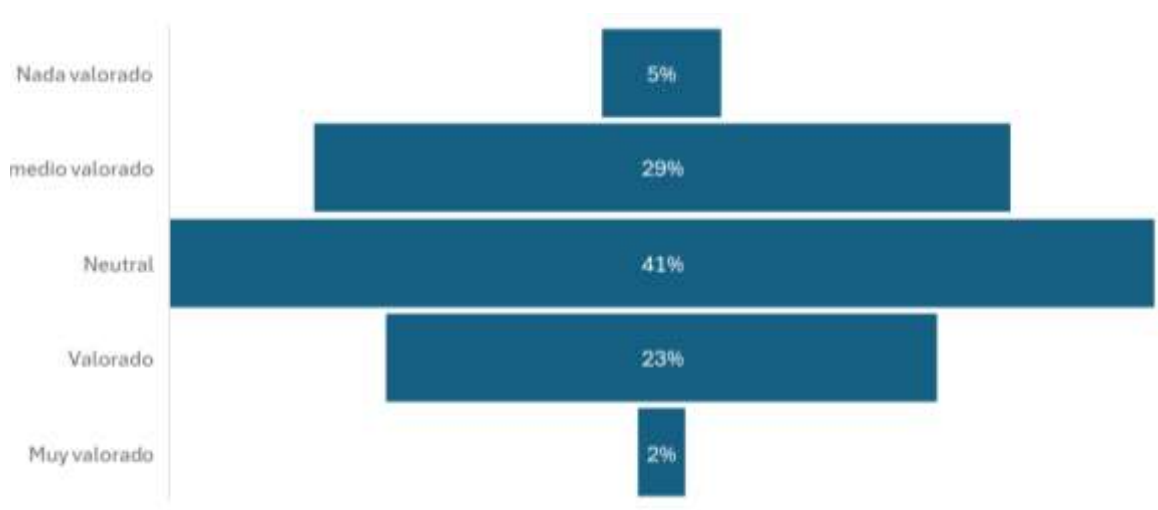
La séptima pregunta de la encuesta buscaba conocer cómo perciben los estudiantes las condiciones laborales dentro del sector turístico en Colombia. Con esta inquietud se pretendía identificar si los futuros profesionales consideran que el campo laboral ofrece

estabilidad y buenas oportunidades, o si lo ven con desventajas. Las respuestas muestran que la mayoría mantiene una postura intermedia, lo que refleja tanto dudas como una visión prudente frente al panorama del turismo en el país.

La gráfica respalda este resultado, ya que el 42% de los estudiantes considera que las condiciones laborales son regulares, lo que evidencia cierta incertidumbre y falta de confianza en la estabilidad del sector. Por su parte, un 28% las califica como buenas, mostrando un leve optimismo, mientras que un 20% piensa que son malas y un 4% que son muy malas. En contraste, apenas un 6% percibe las condiciones como muy buenas, lo cual deja ver que las opiniones positivas existen, pero no son predominantes.

Los resultados indican que la mayoría de los estudiantes percibe las condiciones laborales del turismo como poco favorables, destacando la inestabilidad, los bajos salarios y la falta de garantías laborales. Desde la teoría del capital humano (Becker, 1964), esta percepción sugiere que el esfuerzo educativo no se ve recompensado con condiciones laborales acordes. De manera similar, Tuzunkan (2018) encontró que los estudiantes surcoreanos reconocen el potencial del turismo, pero lo perciben como un campo con poca estabilidad. Lo mismo ocurre en este estudio, donde los encuestados aprecian la importancia del turismo, pero señalan la necesidad de mejorar sus condiciones laborales para hacerlo un sector más atractivo y sostenible.

Gráfica 6 valoración del profesional en el sector laboral



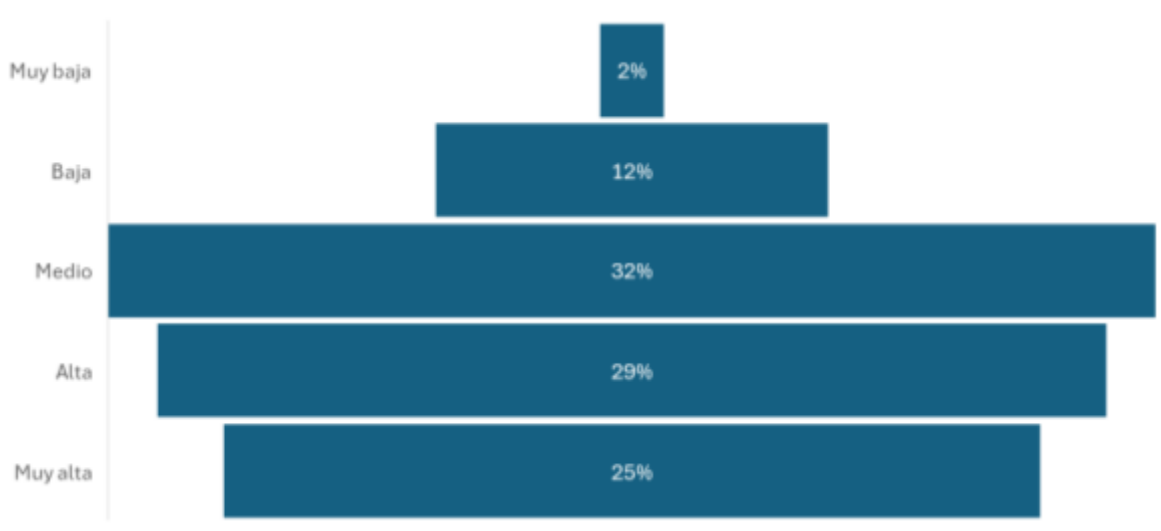
Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 8

La octava pregunta de la encuesta buscaba conocer cómo perciben los estudiantes el nivel de valoración que reciben los profesionales en turismo dentro del ámbito laboral. Con esta pregunta se pretendía identificar si los futuros egresados sienten que su carrera es reconocida y cuenta con prestigio frente a otras áreas. Los resultados muestran que la mayoría percibe un bajo nivel de reconocimiento, lo que refleja preocupación por la poca visibilidad de la profesión.

La gráfica respalda esta percepción, pues el 41% de los estudiantes considera que los profesionales en turismo son valorados de manera regular por los empleadores y empresas. A esto se suma que un 29% piensa que el reconocimiento es bajo y un 4% que es muy bajo, lo que fortalece la idea de una valoración insuficiente. En contraste, un 23% cree que el nivel de valoración es bueno y apenas un 3% lo califica como muy alto, lo que muestra que las opiniones positivas existen, pero no son mayoría.

La mayoría de los encuestados respondió que los profesionales en turismo no reciben el reconocimiento que merecen, y que su labor es subestimada en comparación con otras profesiones. Algunos mencionaron que, aunque el turismo aporta significativamente a la economía, la sociedad no lo percibe como una carrera profesional con peso académico. Esta falta de reconocimiento genera frustración y afecta la identidad profesional de los futuros egresados. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent et al., 1994), las percepciones de valoración social influyen en la autoestima profesional y en la motivación por permanecer en el sector. En coincidencia, Renzella (2019) halló en Argentina que los egresados de turismo se sienten poco reconocidos, a pesar de su formación y compromiso. De manera similar, en esta investigación se observa la necesidad de fortalecer la visibilidad del profesional en turismo y su papel estratégico en el desarrollo del país.

Gráfica 7 Motivación para desarrollar la carrera



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

Esta pregunta buscó conocer el nivel de motivación que tienen los estudiantes para desarrollar su carrera profesional en el sector turístico, tanto a nivel nacional como internacional. La intención fue medir, de manera cuantitativa, el interés y disposición de los encuestados frente a su futuro en el campo laboral del turismo. Esta información es clave para comprender cómo los estudiantes perciben las oportunidades y los retos que presenta el sector y para identificar si existe entusiasmo por continuar su desarrollo profesional dentro de él.

Se recopilaron 100 respuestas. El análisis muestra que el 32% de los estudiantes calificó su motivación con un 3 (nivel medio), el 29% con un 4 (alta) y el 25% con un 5 (muy alta). Un 12% eligió 2 (baja) y solo un 2% indicó 1 (muy baja). En términos estadísticos, el promedio general fue 3.63 sobre 5, la mediana 4 y la moda 3, lo que evidencia que la mayoría de los estudiantes se sitúa entre la motivación media y alta, con una inclinación positiva hacia continuar desarrollándose profesionalmente en el sector turístico.

Los resultados reflejan que, en general, los estudiantes mantienen un buen nivel de motivación para construir su carrera en el turismo, aunque existe un grupo minoritario con motivación baja o muy baja. Esto puede interpretarse como que la mayoría ve potencial en el sector, pero también reconoce limitaciones en aspectos como la estabilidad laboral, los salarios o las oportunidades de crecimiento. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera de

Lent, Brown y Hackett (1994), la motivación está directamente relacionada con las expectativas de éxito y con la percepción de autoeficacia: cuando los estudiantes confían en sus competencias y ven oportunidades claras, su motivación aumenta; en cambio, si perciben barreras, esta disminuye. De manera semejante, Rosyidi (2021) encontró que los estudiantes de turismo en Indonesia mantienen entusiasmo por la carrera, pero lo moderan ante la inestabilidad del sector. Esta misma tendencia se refleja en este estudio: los estudiantes colombianos muestran un interés positivo por desarrollarse profesionalmente, pero dejan entrever que para sostener esa motivación sería necesario fortalecer las oportunidades prácticas, mejorar las condiciones laborales y brindar más orientación para acceder a empleos de calidad, tanto a nivel nacional como internacional.

Continuando con el análisis del segundo objetivo, se examinaron las preguntas abiertas del instrumento con el propósito de profundizar en las percepciones, opiniones y experiencias expresadas por los estudiantes frente a su formación académica y sus expectativas laborales. Este tipo de preguntas permitió obtener información cualitativa que complementa los resultados numéricos, ofreciendo una visión más completa sobre las fortalezas, debilidades y necesidades identificadas en el programa de Turismo. De esta manera, los testimonios recogidos aportan una comprensión más cercana de cómo los estudiantes interpretan su proceso formativo y de qué manera consideran que este influye en su proyección profesional dentro del sector turístico.

Tabla 8 análisis preguntas abiertas encuesta estudiantes

CATEGORÍA	PREGUNTAS	ANÁLISIS
-----------	-----------	----------

<p>FORMACIÓN ACADÉMICA Y PREPARACIÓN PROFESIONAL</p>	<p>Indique qué tan actualizadas considera que están las materias del programa académico en relación con el mercado laboral.</p> <p>Justifique su respuesta anterior (PREGUNTA 1)</p>	<p>En primer lugar, esta pregunta abierta tuvo como propósito profundizar en las percepciones de los estudiantes sobre la pertinencia y actualización de las materias del programa de Turismo frente al mercado laboral. De este modo, se buscó comprender las razones que motivaron sus calificaciones anteriores y conocer las expectativas que tienen respecto a su proceso de formación profesional. En consecuencia, las respuestas obtenidas permiten identificar tanto los aspectos que valoran positivamente del plan de estudios como aquellos que consideran necesarios de fortalecer para mejorar su preparación académica y laboral.</p> <p>En general, las respuestas de los estudiantes evidencian una valoración positiva hacia el programa de Turismo, aunque con un reconocimiento claro de aspectos que deben fortalecerse para responder mejor a las exigencias del entorno laboral. Por un lado, muchos destacan que las materias son pertinentes y ofrecen bases teóricas valiosas; sin embargo, también manifiestan que se requiere una actualización más constante, especialmente en temas relacionados con el turismo sostenible, las tecnologías digitales, los idiomas y las problemáticas sociales actuales del sector. Además, resaltan la importancia de contar con docentes que tengan experiencia práctica y con más oportunidades de salidas de campo o convenios empresariales, ya que esto</p>
-------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>permitiría vincular la teoría con la realidad del trabajo.</p> <p>Los resultados obtenidos muestran que, aunque los estudiantes valoran positivamente la pertinencia del programa de Turismo, perciben la necesidad de una mayor actualización de los contenidos y de espacios prácticos que los acerquen al entorno laboral real. Estos hallazgos coinciden con lo expuesto por (Contreras et al., 2021), quienes señalan que la formación académica debe ajustarse a las exigencias del mercado para facilitar la inserción profesional. De igual manera, Renzella (2019) y Tuzunkan (2018) evidencian que la falta de actualización curricular y las condiciones laborales limitadas afectan la motivación y percepción de los estudiantes hacia el sector turístico. En este sentido, lo planteado por Churchward y Riley (2002) respalda los resultados del presente estudio al enfatizar que integrar la teoría con la práctica fortalece la confianza y la empleabilidad de los futuros egresados.</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>3-¿Qué habilidades o competencias considera que se debería fortalecer en la carrera antes de ingresar al mercado laboral?</p>	<p>La tercera pregunta de la encuesta buscó identificar las habilidades o competencias que los estudiantes y egresados consideran necesario fortalecer antes de ingresar al mercado laboral. Este tema es clave, ya que permite comprender qué tan preparada percibe la comunidad académica su formación frente a las demandas reales del sector turístico. Las respuestas revelaron una alta coincidencia en la necesidad de reforzar aspectos prácticos, comunicativos y tecnológicos, evidenciando una preocupación compartida por la actualización curricular y la formación integral que vincule teoría con práctica.</p> <p>Los estudiantes mencionaron con frecuencia la importancia de fortalecer las competencias en idiomas, comunicación asertiva, liderazgo, trabajo en equipo y manejo de público, así como el uso de herramientas digitales y la planeación de proyectos turísticos. También resaltaron la necesidad de más prácticas reales, mayor vinculación con el sector laboral, y un enfoque más administrativo y empresarial, lo que refleja el interés por una formación más aplicada. Estas respuestas muestran que, si bien los estudiantes valoran la base académica que reciben, consideran que la universidad debe ofrecer más espacios de aprendizaje experiencial que les permitan adaptarse a un entorno laboral competitivo y cambiante.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>Los resultados evidencian que los estudiantes perciben su formación como una inversión que debe traducirse en competencias reales para mejorar su empleabilidad, lo que coincide con lo señalado por Contreras et al., (2021), quienes destacan la necesidad de una educación ajustada a las demandas del mercado laboral. Asimismo, Renzella (2019) y Tuzunkan (2018) resaltan que la falta de experiencias prácticas y de actualización curricular limita la confianza y la preparación de los futuros profesionales del turismo. En concordancia, los hallazgos de este estudio refuerzan lo planteado por Churchward y Riley (2002), al mostrar que la incorporación de actividades experienciales y el fortalecimiento de habilidades blandas resultan esenciales para mejorar la inserción laboral y la percepción positiva del sector turístico</p>
<p>INSERCIÓN LABORAL</p>	<p>6-¿Tiene información sobre los perfiles laborales más demandados en turismo actualmente y su estabilidad? si su respuesta es si indique en que lugar obtuvo la información</p>	<p>La sexta pregunta de la encuesta buscó conocer si los estudiantes y egresados del programa de Turismo cuentan con información sobre los perfiles laborales más demandados en el sector y su estabilidad. Este aspecto resulta esencial, ya que el conocimiento sobre el mercado laboral permite orientar mejor las expectativas profesionales y planificar el desarrollo de la carrera. Las respuestas obtenidas revelan una limitada comprensión del panorama actual del empleo turístico, lo que refleja una desconexión entre la formación académica y la información</p>

	<p>disponible sobre las oportunidades reales del sector.</p> <p>La mayoría de los encuestados manifestó no tener información suficiente sobre los perfiles laborales más solicitados o sobre la estabilidad de estos, mientras que solo algunos mencionaron fuentes como ANATO, FONTUR, el IDT o experiencias cercanas. Entre los perfiles reconocidos se destacaron los de guías turísticos, agentes de viajes, consultores turísticos y gestores de proyectos, aunque con un conocimiento superficial. Este desconocimiento general sugiere que muchos estudiantes no cuentan con orientación laboral actualizada, lo que puede afectar su preparación para ingresar al mercado de trabajo. Asimismo, se evidencia la necesidad de fortalecer la articulación entre la universidad y las entidades del sector, para que los futuros profesionales comprendan mejor las tendencias y oportunidades que ofrece el turismo.</p> <p>Desde la perspectiva de la teoría del capital humano (Becker, 1964), el acceso limitado a información sobre los perfiles más demandados puede disminuir el valor práctico de la educación, pues impide que los estudiantes orienten sus esfuerzos de formación hacia las competencias que realmente requiere el mercado. De igual manera, Grobelna y Dolot (2018) subrayan que el vínculo entre academia y sector productivo es fundamental para</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>garantizar la empleabilidad y la pertinencia curricular. En complemento, la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent, Brown & Hackett, 1994) explica que las expectativas profesionales dependen de la autoeficacia y del conocimiento del entorno laboral, por lo que la falta de información puede generar inseguridad e indecisión en los estudiantes. En concordancia con los antecedentes revisados, los resultados muestran la necesidad de crear estrategias institucionales de orientación profesional y vínculos más estrechos con el sector turístico, que permitan fortalecer la conexión entre la formación académica y la realidad del mercado laboral.</p>
	<p>6.5 ¿Cuál sería su trabajo ideal en el sector turístico?</p>	<p>La pregunta buscó identificar si los estudiantes y egresados del programa de Turismo conocen los perfiles laborales más demandados en el sector y su nivel de estabilidad. Este punto es clave, ya que la información sobre las oportunidades laborales influye en la forma en que los futuros profesionales planifican su trayectoria y definen sus expectativas. Los resultados mostraron un panorama de desconocimiento general sobre el mercado laboral turístico, lo que evidencia la necesidad de fortalecer los canales de orientación profesional dentro de la formación universitaria.</p> <p>La gran mayoría de los encuestados afirmó no tener información clara o actualizada sobre los perfiles laborales en turismo, mientras que unos pocos</p>

		<p>mencionaron fuentes como ANATO, FONTUR, el IDT o contactos personales. Entre los empleos más reconocidos se encuentran los de guía turístico, agente de viajes, gestor cultural y consultor turístico, aunque la mayoría de los participantes expresó no conocer con certeza la estabilidad de estos cargos. Este resultado sugiere una desconexión entre la formación académica y las dinámicas reales del mercado laboral, lo que puede generar incertidumbre al momento de egresar y buscar empleo.</p> <p>De acuerdo con la teoría del capital humano (Becker, 1964), la educación debe orientar a los estudiantes hacia la adquisición de conocimientos útiles que les permitan adaptarse al mercado, lo cual se ve limitado si no se cuenta con información laboral suficiente. En la misma línea, Grobelna y Dolot (2018) señalan que la empleabilidad en turismo mejora cuando las universidades promueven experiencias prácticas y vínculos directos con el sector. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent, Brown & Hackett, 1994), la falta de información también afecta la autoeficacia y las expectativas de éxito profesional, lo que podría explicar la inseguridad percibida por algunos encuestados. En conjunto, los resultados coinciden con estudios previos que destacan la importancia de reforzar la orientación vocacional y laboral durante la formación, para que los estudiantes comprendan las oportunidades reales del mercado</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		turístico y enfrenten con mayor confianza su inserción profesional.
--	--	---------------------------------------------------------------------

Elaboración propia instrumento de recolección de datos

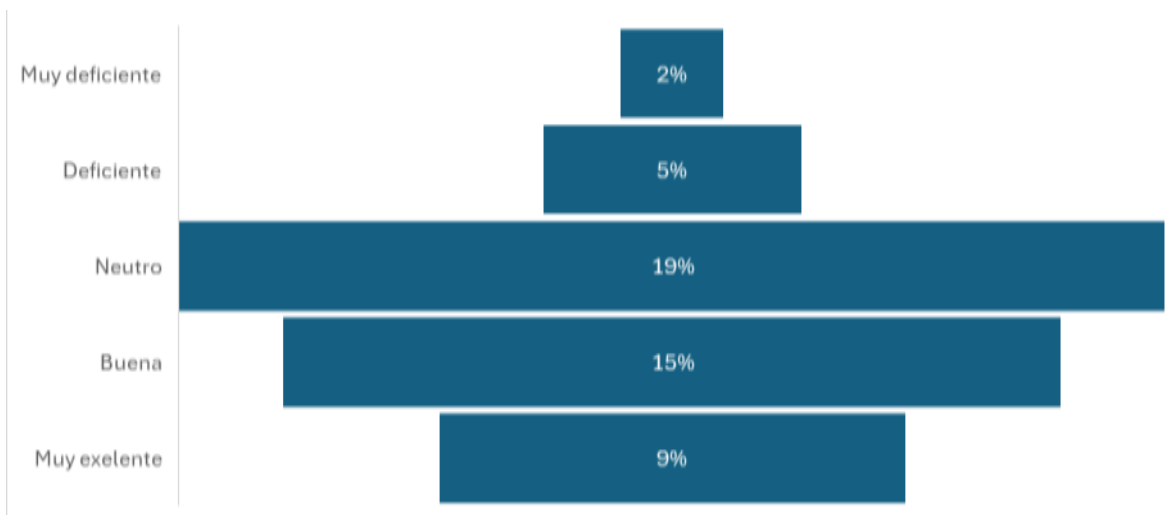
Análisis de la percepción de los egresados del programa de Turismo frente a las oportunidades laborales en el sector turístico.

La encuesta realizada a los egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca tuvo como propósito conocer cómo valoran la formación recibida y de qué manera esta ha influido en su desempeño laboral. Primero se revisaron las respuestas a las preguntas cualitativas, lo que permitió entender de forma más cercana la experiencia de los egresados frente a lo aprendido y su utilidad en el campo profesional. De esta manera, los resultados se convierten en una herramienta importante para reconocer fortalezas en la formación ofrecida y, al mismo tiempo, señalar aquellos aspectos que requieren ajustes para responder mejor a las exigencias reales del sector turístico.

La encuesta estuvo organizada en tres partes principales. La primera indagó sobre la pertinencia de la formación académica y su aporte en el ejercicio profesional, mientras que las otras dos se enfocan en la inserción laboral y en la percepción de los egresados sobre las condiciones de trabajo y las oportunidades de crecimiento en el sector. A continuación, se presenta el análisis de cada una de las preguntas junto con los resultados y las gráficas correspondientes.

formación académica

Gráfica 8 calidad de formación que recibió



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 1

La primera pregunta de la encuesta realizada a los egresados buscó conocer cómo evalúan la calidad de la formación académica recibida en comparación con las exigencias del mundo laboral. Este aspecto resulta clave porque permite identificar si lo aprendido durante la carrera realmente les ayuda a enfrentar los retos del sector turístico y si cuentan con las herramientas necesarias para desenvolverse en sus empleos. De esta manera, la pregunta se convierte en una oportunidad para reconocer las fortalezas del programa académico y también los puntos que todavía necesitan reforzarse.

En cuanto a los resultados, se observa que un 2% de los egresados opinó que la formación fue muy deficiente, mientras que un 5% la calificó como deficiente. Por otro lado, un 19% se mantuvo en una posición neutral, lo que significa que no ven la formación ni claramente positiva ni negativa frente al mundo laboral. En el lado más favorable, un 15% aseguró que la calidad de la formación fue buena y un 9% la destacó como muy excelente. En conjunto, estos porcentajes muestran que existe una mayoría que percibe su preparación de manera positiva, aunque también hay un grupo que siente que aún faltan aspectos por mejorar.

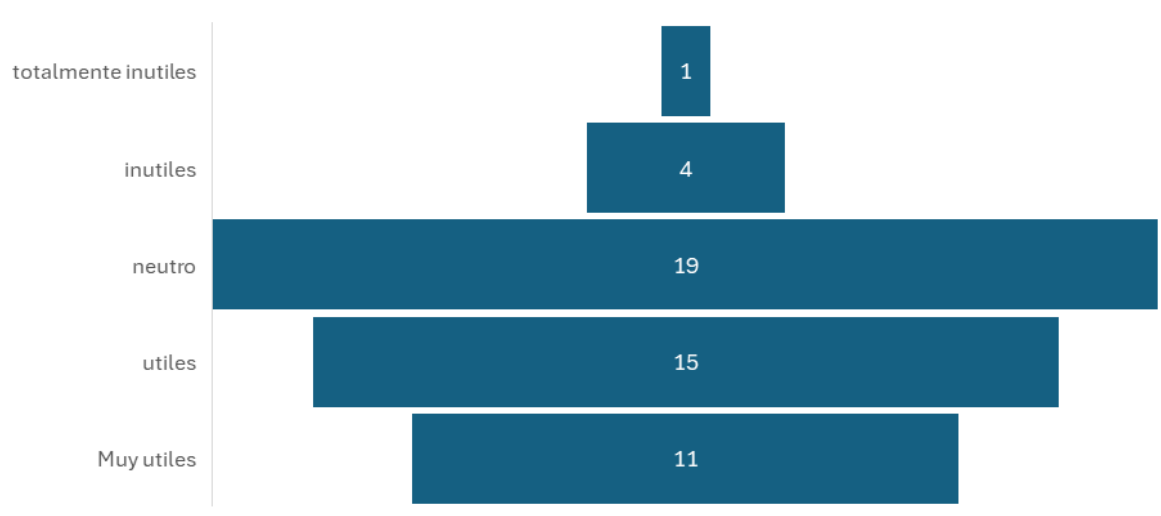
Al analizar más de cerca estas respuestas, se nota que la mayor parte de los egresados se inclina hacia opiniones intermedias o positivas, lo cual indica que el programa cumple en buena medida con su función de formar para el trabajo. Sin embargo, el porcentaje de quienes se ubican en la neutralidad es considerable, lo que refleja dudas sobre si lo aprendido se ajusta del todo a lo que exige el mercado. Además, aunque las valoraciones negativas son bajas, su

presencia deja ver que algunos egresados no se sienten plenamente preparados. Todo esto sugiere que todavía es necesario fortalecer la unión entre la teoría y la práctica, al igual que actualizar los contenidos de acuerdo con las nuevas tendencias del turismo.

Al comparar los resultados obtenidos con el marco teórico, se observa que la teoría del capital humano de Becker (1964) sustenta la idea de que la educación representa una inversión que debería traducirse en mejores oportunidades laborales y una mayor empleabilidad. Sin embargo, los hallazgos de esta investigación muestran que, aunque algunos egresados consideran que su formación académica les ha permitido acceder a empleos relacionados con su área, otros perciben que el retorno de esa inversión no ha sido proporcional, especialmente debido a las condiciones laborales y salariales del sector turístico.

En coherencia con lo planteado por Grobelna y Dolot (2018), se reafirma la necesidad de fortalecer las experiencias prácticas dentro del proceso formativo, pues estas son las que verdaderamente preparan a los estudiantes para enfrentar las exigencias del mercado y mejorar su confianza profesional. A su vez, desde la teoría sociocognitiva de la carrera propuesta por Lent, Brown y Hackett (1994), se comprende que la autoconfianza y las expectativas personales influyen directamente en la percepción que los egresados tienen sobre su futuro laboral; de allí que algunos mantengan una postura de incertidumbre o neutralidad. En este sentido, los resultados reflejan que no solo la formación técnica determina la empleabilidad, sino también los factores motivacionales y la percepción de autoeficacia construida a lo largo del proceso educativo.

Gráfica 9 utilidad de los componentes académicos



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La segunda pregunta de la encuesta aplicada a los egresados buscó conocer cómo valoran la utilidad de los componentes académicos en su desempeño laboral. Esta cuestión resulta importante porque permite identificar si los contenidos y actividades vistas durante la carrera realmente se reflejan en las tareas que desarrollan actualmente en el ámbito profesional. Así, se convierte en una oportunidad para reconocer qué tan aplicables son los aprendizajes adquiridos y si estos contribuyen a fortalecer sus competencias en el sector turístico.

En cuanto a los resultados, un 1% de los egresados consideró que los componentes académicos fueron *totalmente inútiles*, mientras que un 4% los calificó simplemente como *inútiles*. En contraste, un 19% se mostró *neutral*, lo que indica que no perciben con claridad un impacto positivo ni negativo de la formación recibida en su labor actual. Por otro lado, un 15% señaló que los aprendizajes fueron *útiles* y un 11% los valoró como *muy útiles*. En conjunto, esto refleja que la mayoría de los egresados reconoce cierta utilidad en lo aprendido, aunque persiste un grupo que no encuentra en la formación una relación directa con su desempeño laboral.

Al analizar con más detalle estas respuestas, se observa que existe una tendencia favorable hacia la percepción de utilidad, pero también una gran cantidad de egresados que permanece en la neutralidad. Esto sugiere que, si bien la formación académica aporta

herramientas, no siempre se logra una conexión clara entre lo visto en clase y las exigencias concretas de los empleos. Además, aunque los porcentajes negativos son reducidos, demuestran que algunos egresados sienten que la formación no tuvo un impacto real en sus actividades profesionales. Por lo tanto, se hace evidente la necesidad de fortalecer los espacios prácticos y de ajustar los contenidos a las demandas actuales del mercado turístico.

Al comparar los resultados con las bases teóricas, se evidencia que la teoría del capital humano de Becker (1964) plantea que la educación debe proporcionar las herramientas necesarias para mejorar la productividad y generar ventajas competitivas en el empleo. No obstante, los hallazgos de la investigación muestran que, aunque muchos egresados valoran los conocimientos adquiridos durante su formación, otros consideran que estos no siempre se traducen en beneficios laborales tangibles, lo que sugiere una desconexión entre la enseñanza universitaria y las demandas reales del mercado turístico.

En consonancia con lo señalado por Grobelna y Dolot (2018), se refuerza la idea de que la formación académica requiere un componente práctico sólido que permita a los futuros profesionales aplicar de manera efectiva lo aprendido en escenarios reales. Además, desde la teoría sociocognitiva de la carrera de Lent, Brown y Hackett (1994), se comprende que la autoconfianza y las expectativas personales inciden directamente en la manera en que los egresados perciben su capacidad para desempeñarse profesionalmente. En este sentido, la falta de claridad o seguridad manifestada por algunos participantes refleja la necesidad de fortalecer tanto las competencias técnicas como la orientación vocacional y motivacional dentro del proceso educativo.

Insercion laboral

Gráfica 10 Inserción en el campo laboral



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La cuarta pregunta de la encuesta realizada a los egresados buscó identificar si, después de finalizar sus estudios, han tenido la oportunidad de trabajar en el sector turístico. Esta pregunta resulta clave porque permite conocer si los profesionales encuentran espacios de inserción en el campo para el cual se formaron y, al mismo tiempo, da pistas sobre la relación entre la educación recibida y las oportunidades laborales existentes. Además, este aspecto refleja hasta qué punto el sector turístico absorbe a los egresados y se convierte en un campo real de desarrollo profesional.

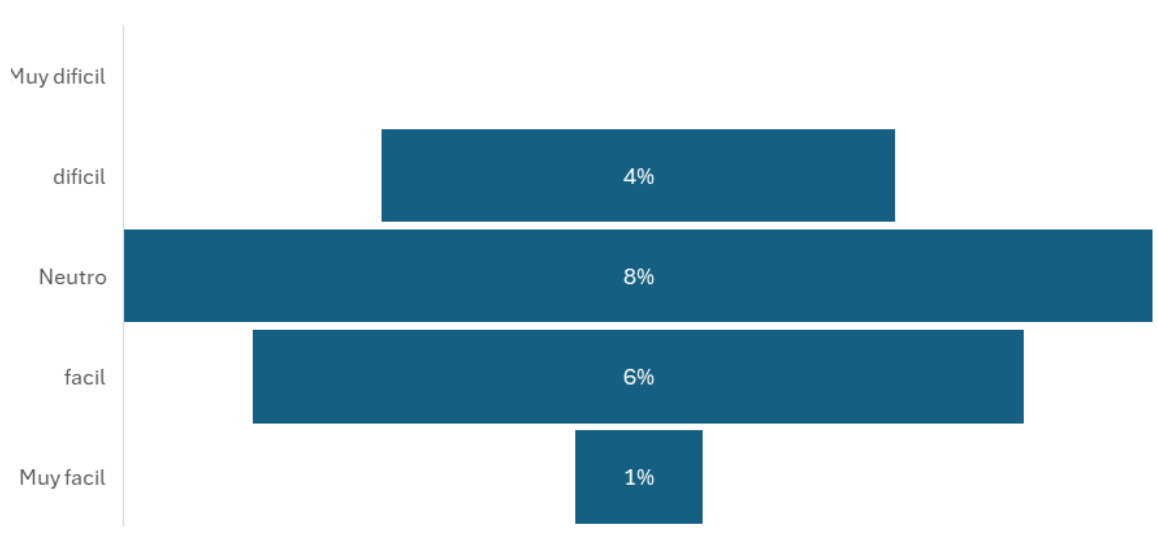
En los resultados obtenidos, se observa que el 19% de los egresados manifestó haber trabajado en el sector turístico, mientras que el 31% indicó que no lo ha hecho. Estas cifras muestran que una parte de los profesionales ha podido vincularse laboralmente en el área de su formación, pero también que una proporción aún mayor no ha encontrado la oportunidad de desempeñarse en este sector. Esto sugiere que, aunque existen opciones laborales, no todos los egresados logran insertarse de manera directa en el ámbito turístico.

Al analizar estas respuestas, se puede ver que la inserción laboral en el turismo no es tan amplia como se esperaría. Aunque hay un grupo que sí ha logrado emplearse en el sector, la mayoría todavía no lo consigue, lo que evidencia limitaciones en el mercado de trabajo o posibles barreras de acceso. También puede interpretarse que algunos egresados han debido buscar oportunidades en otros sectores para poder desarrollarse profesionalmente, lo cual

podría generar desmotivación o una percepción de falta de pertinencia en la formación recibida. Este panorama abre la necesidad de fortalecer las alianzas entre la universidad y el sector productivo para facilitar la vinculación de los egresados.

Teniendo en cuenta el marco teórico, se observa que la teoría del capital humano de Becker (1964) sostiene que la educación debe traducirse en mayores oportunidades laborales y en una justa retribución a la inversión en formación. Sin embargo, los hallazgos del estudio revelan que esta relación no siempre se cumple, pues una parte considerable de los egresados no ha logrado vincularse al campo turístico, lo que evidencia una brecha entre la formación académica y las oportunidades reales de inserción laboral. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera propuesta por Lent, Brown y Hackett (1994), se puede entender que esta falta de oportunidades puede afectar las percepciones de autoeficacia y disminuir la motivación de los egresados para continuar su búsqueda dentro del sector. En coherencia con lo expuesto por Grobelna y Dolot (2018), resulta fundamental que las universidades fortalezcan sus vínculos con el sector productivo, fomenten convenios con empresas turísticas y promuevan experiencias prácticas, ya que esto facilitaría una transición más efectiva del ámbito académico al profesional, contribuyendo así a una inserción laboral más estable y coherente con la formación recibida.

Gráfica 11 facilidad en encontrar empleo



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La quinta pregunta de la encuesta realizada a los egresados se centró en conocer qué tan fácil o difícil fue conseguir su primer empleo en el sector turístico. Esta interrogante es muy importante porque permite identificar si el proceso de inserción laboral se da de manera fluida o si, por el contrario, los egresados deben enfrentar obstáculos que retrasan su entrada al mercado de trabajo. De esta forma, se puede reconocer no solo la situación del sector turístico en cuanto a oportunidades de empleo, sino también cómo se vive la transición de la formación académica hacia la práctica profesional.

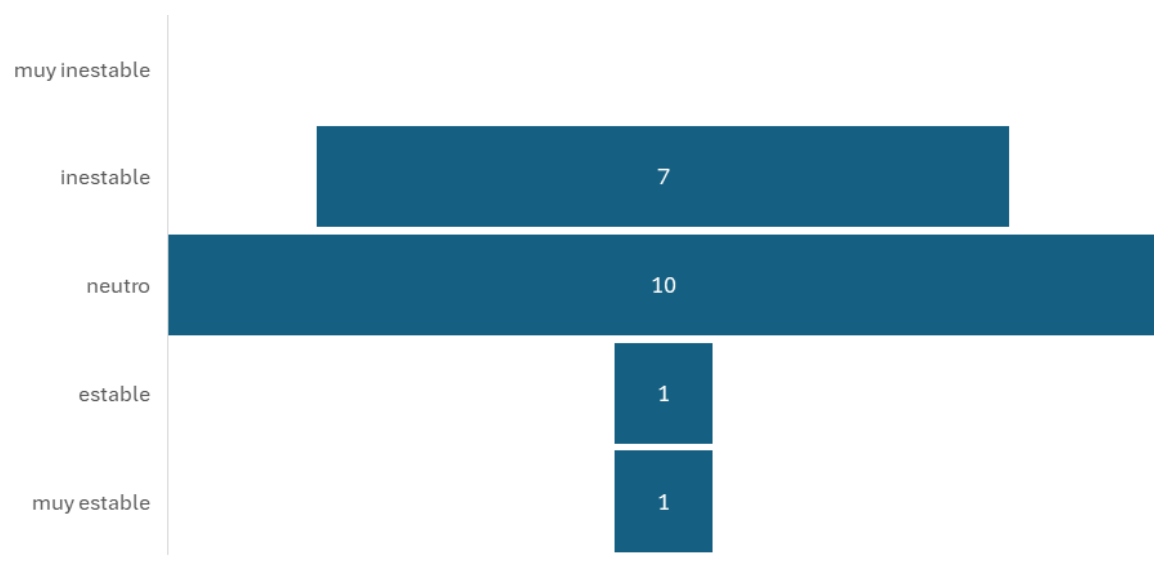
En cuanto a los resultados, se observa que el 8% de los egresados se mantuvo en una posición neutra frente a esta experiencia, mientras que un 6% señaló que le resultó fácil y solo un 1% manifestó que fue muy fácil. En contraste, un 4% indicó que el proceso fue difícil, y no se registraron respuestas en la categoría de "muy difícil". Estas cifras muestran que, aunque algunos profesionales lograron encontrar empleo sin mayores complicaciones, la mayoría no experimentó este proceso como algo completamente sencillo, ubicándose en posiciones intermedias.

El análisis de estos datos refleja que los egresados perciben la búsqueda de su primer empleo como un reto moderado. Si bien no predominan las respuestas negativas, tampoco existe una mayoría que considere que fue una experiencia fácil o muy fácil. Esto indica que el sector turístico ofrece ciertas oportunidades, pero que no siempre están al alcance inmediato de los recién graduados. Es posible que factores como la falta de experiencia laboral, la competencia con otros profesionales o la limitada oferta de puestos en el sector dificulten que los egresados logren vincularse rápidamente a un empleo relacionado con su carrera.

Desde la discusión teórica, la teoría de la transición de Schlossberg (1981) señala que los cambios de etapa, como el paso de la universidad al trabajo, requieren apoyos y recursos que faciliten la adaptación. En este caso, los egresados enfrentan un escenario en el que la falta de redes laborales o de acompañamiento puede volver más complejo el proceso de inserción. Asimismo, de acuerdo con la teoría del capital humano de Becker (1964), el esfuerzo y la inversión en formación deberían traducirse en mejores posibilidades de empleo, pero los resultados muestran que esto no siempre ocurre de manera inmediata en el turismo. Por último, estudios recientes como los de Sanabria y Rueda (2020) resaltan la importancia

de que las universidades generen mecanismos de conexión con el mercado laboral, ya que esto puede reducir las dificultades y hacer que el primer empleo sea más accesible para sus egresados

Gráfica 12 estabilidad laboral



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La sexta pregunta de la encuesta dirigida a los egresados buscó conocer cómo perciben la estabilidad laboral dentro del sector turístico. Este aspecto es fundamental porque la estabilidad en el trabajo representa seguridad económica, posibilidades de permanencia y confianza en el futuro profesional. Además, permite identificar si el turismo se consolida como un campo que brinda empleos duraderos o si, por el contrario, las condiciones laborales están marcadas por la inestabilidad y la incertidumbre.

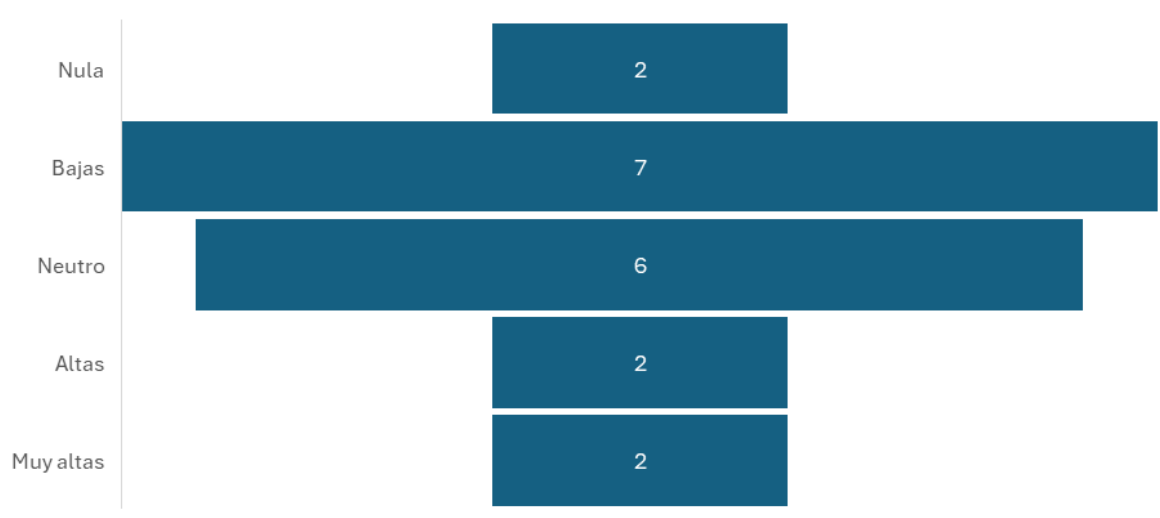
En los resultados se observa que la mayoría de los egresados se ubicó en posiciones intermedias. Un 10% señaló una percepción neutra respecto a la estabilidad, mientras que un 7% consideró que el sector es inestable. Por otro lado, solo un 1% opinó que es estable y otro 1% que es muy estable. Llama la atención que no se registraron respuestas en la categoría de “muy inestable”, lo que indica que, aunque no hay una visión altamente negativa, sí existe

un predominio de percepciones que reflejan dudas o falta de claridad frente a la solidez laboral del sector.

El análisis de estas cifras permite afirmar que los egresados no perciben al turismo como un sector especialmente confiable en términos de estabilidad laboral. La concentración de respuestas en la categoría neutra muestra que muchos profesionales no logran identificar con certeza si los empleos que ofrece el sector permiten proyectarse a largo plazo. Esto podría deberse a factores como la temporalidad de los contratos, la dependencia de las temporadas altas o las variaciones propias de la demanda turística, lo que genera incertidumbre en quienes trabajan en este ámbito.

Desde la perspectiva teórica, la teoría de la segmentación del mercado laboral propuesta por Doeringer y Piore (1971) sostiene que existen sectores económicos caracterizados por empleos inestables, temporales y con escasas oportunidades de crecimiento, rasgos que coinciden con las percepciones expresadas por los egresados en esta investigación. Los resultados evidencian que muchos participantes consideran que el sector turístico ofrece pocas garantías laborales y limitadas posibilidades de ascenso, lo que refuerza la idea de una estructura laboral segmentada y poco consolidada. De igual forma, Baquero (2018) señala que la estacionalidad constituye uno de los principales retos del empleo turístico, ya que afecta directamente la continuidad y calidad de los puestos de trabajo. En concordancia con esta perspectiva, los hallazgos del estudio muestran que, si bien el turismo presenta oportunidades de inserción para jóvenes profesionales, persisten las dificultades para acceder a empleos estables y adecuadamente remunerados, lo que impide el desarrollo de trayectorias profesionales sostenibles dentro del sector.

Gráfica 13 oportunidades de ascenso



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La séptima pregunta de la encuesta aplicada a los egresados se enfocó en conocer su percepción sobre las condiciones laborales que ofrece actualmente el sector turístico en Colombia. Este aspecto resulta clave porque no solo refleja la manera en que los profesionales viven su experiencia de trabajo, sino también la calidad de las oportunidades que se generan en el campo. Analizar estas percepciones ayuda a comprender si el turismo se configura como un espacio atractivo para el desarrollo profesional o si, por el contrario, está marcado por limitaciones que afectan la satisfacción y el bienestar de quienes lo ejercen.

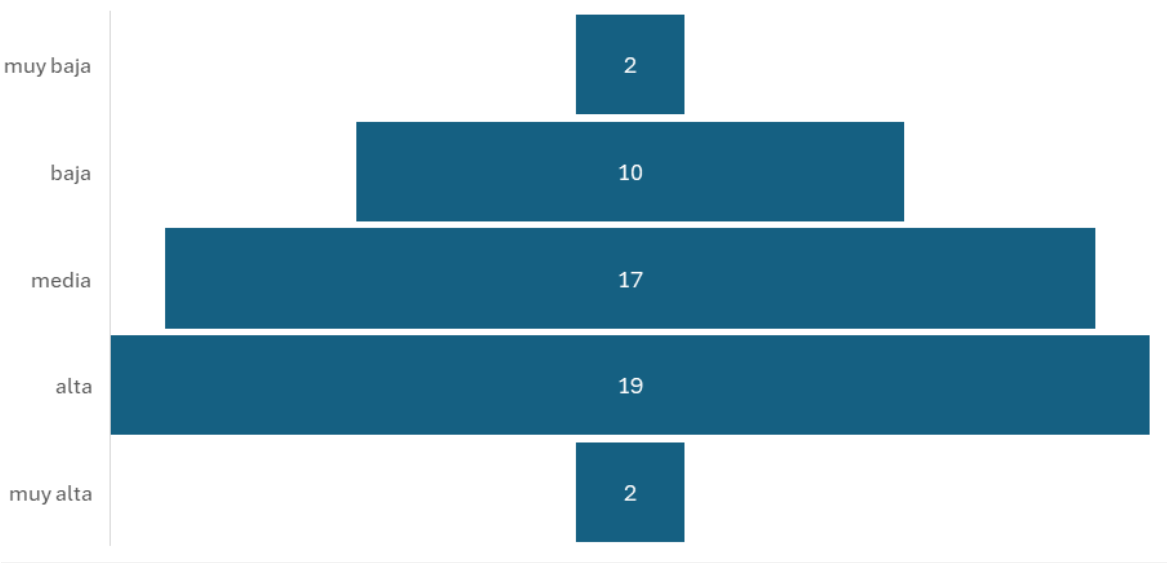
En cuanto a los resultados, los datos muestran una posición dividida. La mayoría de los egresados, con un 42%, calificó las condiciones laborales como regulares, lo que deja ver una percepción intermedia y cargada de incertidumbre. Un 28% manifestó que son buenas, lo que refleja un nivel moderado de optimismo, mientras que un 20% consideró que las condiciones son malas. En los extremos, un 6% opinó que son muy buenas y un 4% que son muy malas. Esta distribución de respuestas indica que, aunque hay una parte de egresados que perciben aspectos positivos, predominan las opiniones críticas o poco seguras frente a la calidad de las condiciones de trabajo en el turismo.

El análisis de estas cifras sugiere que los egresados sienten que el sector turístico ofrece oportunidades, pero no en condiciones suficientemente justas o estables. La mayoría al ubicarse en la categoría “regular” refleja una sensación de equilibrio entre lo positivo y lo negativo, lo cual podría estar relacionado con los bajos salarios, la carga horaria, la temporalidad de los contratos o la falta de garantías laborales. Esto quiere decir que, si bien algunos encuentran experiencias favorables, persiste una percepción general de que las condiciones todavía están lejos de ser ideales para garantizar una vida profesional satisfactoria.

Desde la perspectiva del marco teórico, investigaciones como las de López y García (2019) señalan que el turismo en América Latina presenta un panorama laboral complejo, caracterizado por la informalidad y las dificultades para consolidar empleos estables y con buenas condiciones. Además, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020) ha advertido que la alta rotación y la dependencia de temporadas turísticas impactan de forma directa en la calidad del empleo en este sector. Por lo tanto, los resultados de la encuesta se conectan con estas reflexiones, mostrando que, aunque el turismo puede generar empleos, aún se enfrenta a grandes desafíos para mejorar sus condiciones laborales y ser un campo verdaderamente competitivo y atractivo para los profesionales.

Vision del sector

Gráfica 14 desarrollo y nivel de competencia



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La octava pregunta de la encuesta estuvo orientada a conocer cómo perciben los egresados el nivel de valoración que reciben los profesionales en turismo dentro del ámbito laboral. Esta cuestión resulta importante porque el reconocimiento social y profesional influye en la motivación de quienes ejercen la carrera y en la forma en que son aceptados en el mercado de trabajo. Entender esta percepción permite identificar si la profesión cuenta con un estatus sólido o si aún enfrenta retos para lograr un mayor prestigio frente a otros campos.

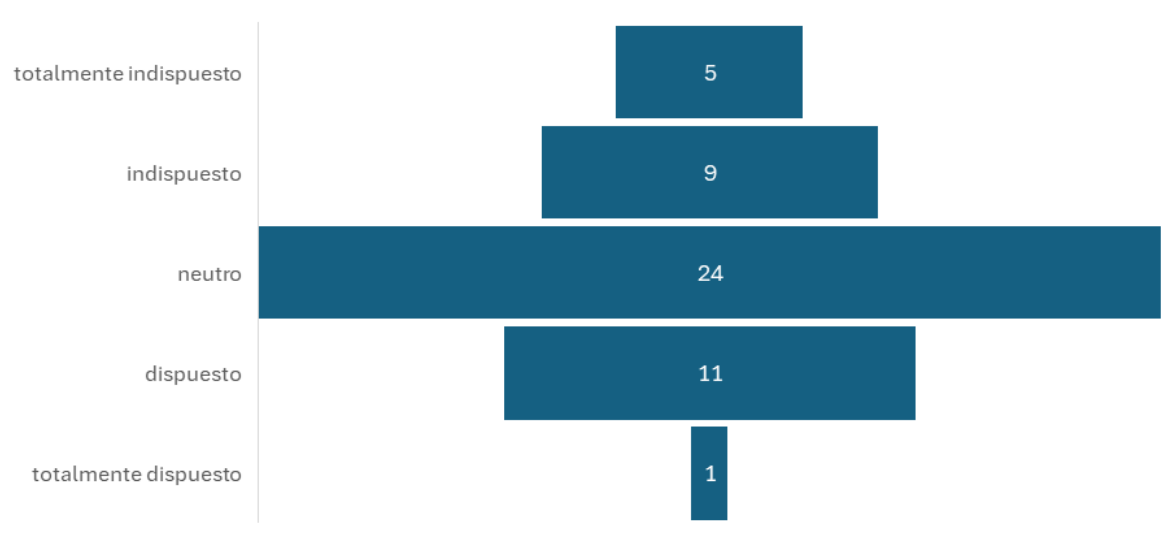
En relación con los resultados, la mayoría de los egresados (41%) considera que el nivel de valoración de los profesionales en turismo es regular, lo que muestra un reconocimiento limitado por parte de empleadores y empresas. Un 29% opinó que la valoración es baja, lo que refuerza la percepción de falta de prestigio, mientras que un 23% manifestó que es buena. En los extremos, un 4% indicó que la valoración es muy baja y apenas un 3% la calificó como muy alta, evidenciando así que, aunque existe un pequeño grupo que percibe un nivel favorable, la mayoría todavía siente que la profesión carece de suficiente reconocimiento.

El análisis de estas cifras sugiere que los egresados perciben que la carrera de turismo aún no goza de la importancia que merece dentro del mercado laboral. Aunque hay quienes reconocen que existen avances en la visibilidad del sector, gran parte de los participantes siente que el trabajo que realizan no es valorado de la misma manera que el de otros profesionales. Esta percepción puede estar asociada a la falta de conocimiento social sobre el papel del turismo en la economía, a la informalidad en el empleo y a la escasez de políticas que fortalezcan la profesión.

Desde el marco teórico, autores como Vargas (2018) han señalado que la valoración de los profesionales en turismo depende en gran medida de cómo se integra esta actividad en el desarrollo económico y social de un país. Asimismo, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2021) ha resaltado la necesidad de dignificar la profesión para que sea reconocida como un pilar fundamental en el progreso de las comunidades. En este sentido, los resultados de la encuesta reflejan que, aunque se han logrado pasos importantes, todavía queda un

camino por recorrer para que el turismo y sus profesionales alcancen un nivel de valoración más alto y justo en la sociedad.

Gráfica 15 disposición del sector al incorporar profesionales



Elaboración propia resultado de preguntas: pregunta número 9

La novena pregunta de la encuesta invitó a los egresados a compartir comentarios y sugerencias finales sobre el programa académico. Esta parte fue clave porque permitió recoger impresiones más personales sobre lo que consideran necesario mejorar, así como destacar aquello que les resultó valioso en su proceso de formación. A partir de estas opiniones se pueden identificar aspectos prácticos que no siempre quedan reflejados en las preguntas cerradas, pero que ofrecen una visión más completa de la experiencia educativa.

En las respuestas, varios egresados señalaron la importancia de contar con más espacios prácticos y salidas de campo, pues consideran que estas actividades fortalecen las competencias para enfrentar el mundo laboral. También insistieron en la necesidad de reforzar la enseñanza de idiomas y el manejo de herramientas digitales, dos áreas que consideran fundamentales para destacarse en un sector cada vez más competitivo. Además, pidieron que se actualice el plan de estudios y que se vinculen docentes con mayor

experiencia práctica, junto con más pasantías y convenios con empresas del sector turístico, lo que ayudaría a facilitar la inserción laboral.

El análisis de estas sugerencias evidencia que los egresados valoran el programa, pero también reconocen que todavía hay una brecha entre la formación recibida y las exigencias reales del campo laboral. Su insistencia en prácticas, pasantías y vínculos con empleadores muestra que desean una formación más cercana a la realidad del sector, lo cual coincide con la importancia que se da hoy en día a la formación aplicada. Asimismo, el interés por idiomas y herramientas digitales refleja que los egresados son conscientes de los cambios que vive el turismo y de la necesidad de mantenerse actualizados para ser más competitivos.

Desde el marco teórico, diversos estudios en educación superior (González, 2019; Torres, 2020) resaltan que la pertinencia de los programas académicos depende de su capacidad para responder a las dinámicas del mercado laboral y a las transformaciones sociales y tecnológicas. En la misma línea, la OMT (2021) subraya que los profesionales en turismo deben contar con competencias prácticas, dominio de idiomas y manejo de tecnología para insertarse de manera efectiva en el sector. A la luz de estos planteamientos, las sugerencias de los egresados no solo resultan coherentes, sino que aportan ideas concretas para fortalecer el programa y hacerlo más ajustado a las necesidades actuales del turismo

Continuando con el análisis de las encuestas realizadas a los egresados, se continuará con el análisis de las preguntas abiertas

Tabla 9 análisis preguntas abiertas encuesta egresados

CATEGORÍA	PREGUNTAS	ANÁLISIS
------------------	------------------	-----------------

<p>FORMACIÓN ACADEMIA Y PREPARACIÓN PROFESIONAL</p>	<p>PREGUNTA ABIERTA 3: ¿Hubo áreas en las que sintió que su formación fue insuficiente? ¿Cuáles?</p>	<p>La tercera pregunta buscó identificar las áreas en las que los egresados sintieron que su formación fue insuficiente para su desempeño profesional. Este punto resulta importante porque permite reconocer las debilidades del plan de estudios y las necesidades de actualización del programa de Turismo. En general, las respuestas muestran que, aunque los estudiantes valoran la formación recibida, consideran que faltó mayor enfoque práctico y técnico en relación con las exigencias del mercado laboral.</p> <p>Los participantes señalaron algunas carencias en temas como administración, liderazgo, idiomas y manejo de herramientas digitales, especialmente en plataformas como Amadeus, Sabre o GDS. Además, mencionaron que las prácticas académicas deberían ser más cercanas a la realidad laboral y permitir un contacto más directo con comunidades y empresas turísticas. Estas observaciones reflejan que los egresados perciben una brecha entre la teoría aprendida y su aplicación práctica, lo cual influye en su preparación para enfrentar el mundo laboral.</p> <p>Teniendo en cuenta lo anterior Según la teoría del capital humano de Becker (1964), la educación debe generar competencias que fortalezcan la empleabilidad, algo que en este caso no se cumple plenamente debido a la falta de formación aplicada. De manera</p>
------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>similar, Grobelna y Dolot (2018) sostienen que la formación práctica y el vínculo con el sector laboral son claves para desarrollar confianza profesional. En relación con la teoría sociocognitiva de Lent, Brown y Hackett (1994), la falta de preparación práctica puede disminuir la autoeficacia y la motivación de los egresados, evidenciando la necesidad de integrar más experiencias reales y formación técnica dentro del currículo.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>VISIÓN DEL SECTOR</p>	<p>10-¿Qué aspectos del sector turístico considera que deberían mejorar para ofrecer mejores condiciones laborales y oportunidades de crecimiento profesional?</p>	<p>La décima pregunta buscó conocer la opinión de los egresados sobre los aspectos del sector turístico que deberían mejorar para ofrecer condiciones laborales más justas y oportunidades de crecimiento profesional. Este análisis es clave, ya que permite identificar las principales debilidades del sector desde la experiencia de quienes buscan incorporarse a él. En general, los participantes coincidieron en que la falta de oportunidades para los recién egresados, la informalidad laboral y la escasa valoración profesional son los mayores desafíos que enfrenta el turismo en Colombia.</p> <p>Los resultados muestran que muchos egresados perciben una falta de confianza del sector en los nuevos profesionales, ya que la mayoría de empleos exige varios años de experiencia, lo que dificulta el ingreso al mercado. También se mencionan la informalidad laboral, los bajos salarios y la poca estabilidad, además de la ausencia de planes de crecimiento y capacitación dentro de las empresas turísticas. Otro punto destacado es la necesidad de valorar más el talento humano formado en turismo, ofreciendo oportunidades acordes a su perfil académico y fomentando la profesionalización del sector mediante políticas que prioricen a quienes cuentan con formación específica.</p>
---------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>Desde la teoría del capital humano de Becker (1964), la educación debería traducirse en mejores oportunidades laborales, pero los resultados reflejan que en el turismo esta relación se ve afectada por la falta de reconocimiento y estabilidad del sector. Asimismo, en línea con Grobelna y Dolot (2018), los hallazgos reafirman la necesidad de fortalecer la conexión entre las universidades y las empresas del sector, promoviendo prácticas, capacitación y vinculación laboral que permitan mejorar la empleabilidad y la percepción de estabilidad entre los egresados.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaboración propia instrumento de recolección de datos

CONCLUSIONES

El análisis de los resultados permitió comprender de manera integral cómo los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca perciben su formación académica y las oportunidades laborales en el sector turístico. La combinación de datos documentales, encuestas y análisis cualitativos ofreció una visión amplia de la relación entre la educación superior y la realidad del mercado laboral, identificando tanto fortalezas como aspectos por mejorar en la preparación profesional. En general, se evidencia la necesidad de fortalecer la conexión entre la universidad y el sector productivo para responder mejor a las demandas del entorno turístico.

En relación con el primer objetivo, que consistió en realizar una revisión documental sobre la oferta académica y su relación con la ocupación laboral, se concluye que aunque existen múltiples programas en turismo a nivel nacional, persiste un desajuste entre la formación académica y las condiciones reales del mercado. Los resultados del Observatorio Laboral muestran que, si bien la empleabilidad de los graduados es significativa en grandes ciudades como Bogotá, los ingresos salariales continúan siendo bajos. Esto confirma lo planteado por Becker (1964) en la teoría del capital humano, al señalar que la educación no siempre garantiza un retorno económico proporcional, especialmente cuando la oferta educativa no se alinea con las necesidades del sector.

En cuanto al segundo objetivo, orientado a identificar las expectativas laborales de los estudiantes, se encontró que la mayoría mantiene una visión moderadamente optimista frente a su futuro profesional, aunque con preocupaciones sobre la estabilidad y la valoración del sector. Los encuestados consideran necesaria una formación más práctica, con énfasis en idiomas, herramientas digitales y experiencias laborales reales. Estas percepciones coinciden con lo expuesto por Grobelna y Dolot (2018), quienes sostienen que las prácticas tempranas y los vínculos con el entorno empresarial fortalecen la confianza y la empleabilidad de los estudiantes de turismo.

Respecto al tercer objetivo, centrado en analizar la percepción de los egresados sobre las oportunidades laborales, los resultados muestran que la mayoría logra vincularse al sector,

pero con remuneraciones limitadas y pocas posibilidades de crecimiento. La concentración de empleos en Bogotá y la migración hacia otras regiones más desarrolladas reflejan desigualdades estructurales en la distribución del trabajo turístico. Desde la teoría sociocognitiva de la carrera (Lent, Brown & Hackett, 1994), se puede afirmar que las creencias sobre la autoeficacia y las expectativas de resultados influyen en las decisiones de los egresados, reforzando la búsqueda de entornos laborales con mayor estabilidad y reconocimiento

Sin embargo, los hallazgos también revelan que el problema trasciende el ámbito académico. La precariedad laboral, los bajos salarios y el limitado reconocimiento del profesional en turismo son manifestaciones de un modelo económico que no ha logrado consolidar al turismo como un campo laboral estable y digno. Por tanto, el reto no se limita a mejorar la enseñanza, sino a impulsar transformaciones estructurales en el sector que garanticen condiciones de trabajo justas, equitativas y sostenibles.

En este sentido, el programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca cumple una función esencial como generador de conocimiento, pero requiere fortalecer su proyección social e incidencia institucional. La formación no debe limitarse a responder al mercado, sino que debe contribuir a transformarlo, promoviendo un enfoque más crítico y humanista del turismo. De esta forma, el profesional en turismo no solo comprenderá su realidad laboral, sino que también participará activamente en la construcción de un sector más competitivo, ético y comprometido con el bienestar social y el desarrollo sostenible del país.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados y discusiones presentadas en esta investigación, se identifican diversos aspectos que pueden ser fortalecidos tanto en el ámbito académico como institucional y profesional del sector turístico. Las recomendaciones que se exponen a continuación buscan aportar posibles soluciones a las limitaciones encontradas, así como proponer estrategias que

contribuyan al mejoramiento de la formación, la empleabilidad y la percepción laboral de los estudiantes y egresados del programa de Turismo de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. De esta manera, se pretende ofrecer un aporte constructivo que oriente futuras acciones de desarrollo académico y de investigación en el campo.

Es fundamental que el programa de Turismo incremente las oportunidades de prácticas profesionales y experiencias reales en entornos laborales del sector. Los resultados evidenciaron que los estudiantes y egresados valoran la formación teórica, pero perciben una débil conexión con el contexto profesional. Integrar la práctica como parte esencial del currículo permitiría fortalecer las competencias técnicas, la confianza y la motivación de los futuros profesionales. Esta medida también contribuiría a mejorar la transición entre la formación universitaria y la inserción laboral efectiva.

Por otra parte, es clave la revisión y actualización del plan de estudios, especialmente en lo relacionado con la incorporación de competencias digitales, tecnológicas y de sostenibilidad, aspectos cada vez más relevantes en el mercado laboral. Tal como se desprende de la teoría del capital humano (Becker, 1964), invertir en la adquisición de habilidades adaptadas a las nuevas demandas del sector incrementa la empleabilidad y la productividad profesional. En este sentido, la Universidad podría establecer alianzas con empresas turísticas, entidades públicas y organismos internacionales para diseñar módulos de formación innovadores que respondan a las tendencias globales del turismo sostenible, accesible y digital.

Asimismo, el programa de Turismo debería participar de manera activa en mesas de trabajo interinstitucionales y de política pública (por ejemplo, con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ANATO, FONTUR o COTELCO), aportando evidencia científica sobre las condiciones laborales y la formación profesional del sector. De este modo, la academia no solo diagnostica la realidad laboral, sino que contribuye directamente a la formulación de políticas que dignifiquen el trabajo turístico y mejoren las condiciones de los profesionales del área.

En el ámbito institucional, se recomienda fomentar la investigación interdisciplinaria sobre empleabilidad, emprendimiento, innovación social y sostenibilidad en turismo, de

forma que la Universidad se consolide como un actor de referencia en la generación de conocimiento útil para el desarrollo del sector. Del mismo modo, fortalecer los programas de internacionalización académica (movilidad, dobles titulaciones, diplomados virtuales o prácticas en el exterior) permitirá ampliar la visión profesional y aumentar la competitividad de los egresados en escenarios laborales globales.

En cuanto a las limitaciones metodológicas, se sugiere ampliar el número de participantes en futuras investigaciones, incluyendo una representación más diversa de estudiantes y egresados de distintas universidades y regiones. Esta ampliación permitiría obtener una visión más integral del panorama nacional y facilitar comparaciones más precisas sobre las percepciones laborales en el sector turístico. Además, fortalecer la línea de investigación sobre empleabilidad y formación profesional desde un enfoque interdisciplinario podría aportar información valiosa para la toma de decisiones institucionales y políticas públicas en educación superior.

En síntesis, las recomendaciones propuestas buscan responder a los desafíos identificados en la investigación, orientando acciones concretas hacia la mejora de la calidad educativa, la pertinencia del currículo y la empleabilidad de los profesionales del turismo. La implementación de estrategias que fortalezcan la relación entre formación académica, investigación e industria permitirá que los egresados enfrenten con mayores herramientas las exigencias del sector, contribuyendo al desarrollo sostenible del turismo en Colombia y al reconocimiento del valor profesional de esta disciplina en el ámbito nacional e internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BBVA Research. (2024, octubre 18). *Colombia: Situación turismo. Colombia, un destino en ascenso*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/record-ingreso-divisas-por-turismo-en-colombia>
- Becker, G. S. (1964). *Investment in human capital: Effects on earnings*. In *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education* (pp. 13–44). National Bureau of Economic Research. <https://www.nber.org/chapters/c14408>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (s.f.). *Bases consolidadas de estadísticas del SNIES*. SNIES. <https://snies.mineducacion.gov.co/portal/ESTADISTICAS/Bases-consolidadas/>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (s.f.). *Tasa de cotización por programas*. Observatorio Laboral para la Educación. <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/tasa-de-cotizacion-por-programas>
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). *Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance*. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79–122. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1994.1027>
- Lashley, C. (2013). *Empleo estudiantil en hostelería y turismo: perspectivas de un estudio reciente*. *Investigación en Gestión Hotelera*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/22243534.2013.11828297>

- Khan, M. F. R., & Krishnamurthy, J. (2016). *El futuro del turismo en Omán: Percepción de los estudiantes en estudios de turismo*. *Revista Internacional de Reseñas de Turismo y Hostelería*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.18510/ijthr.2016.311>
- Rosyidi, M. I. (2021). Percepciones y actitudes de los estudiantes universitarios hacia una carrera en la industria turística: El caso de Indonesia. *JMK*, 23(1), 40–51. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.40-51>
- Lambulira, M., Banda, S., Mhango, G. M. K., & Bello, F. G. (2022). *Percepciones de los estudiantes hacia la educación y las carreras en turismo después de la pandemia de COVID-19 en África Subsahariana*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(3), 1158-1172. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.282>
- Mustafa, M. J., Lee, C., & Galloway, J. E. (2023). *The importance of context: How university entrepreneurial climates enhances entrepreneurship in tourism and hospitality graduates*. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 33, 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2023.100453>.
- Harb, A., Khelifat, A., Alazaizeh, M. M., & Eyoum, K. (2023). *Do personality traits predict students' interest and intentions toward working in the tourism and hospitality industry? Evidence from a developing country*. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 36(2), 1-17. <https://doi.org/10.1080/10963758.2023.2175690>
- Choy, M. W. C. (2023). *Tourism vocational education: Relations of input and output*. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 34, Article 100479. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2024.100479>
- Grobelna, A., & Dolot, A. (2018). *The role of work experience in studying and career development in tourism: A case study of tourism and hospitality students from Northern Poland*. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 6(4), 217-229. <https://doi.org/10.15678/EBER.2018.060412>
- Contreras-López, M. J., Juárez-Sánchez, J. P., & Ramírez-Valverde, B. (2021). *Perspectivas laborales de estudiantes de turismo en universidades de Puebla, México*. *Papeles de población*, 27(109), 191-223. <https://doi.org/10.22185/24487147.2021.109.26>

- Pérez Rivero, C. A., Fernández de Arroyabe, J. C., Ubierna Gómez, F., & Arranz Peña, N. (2016). El desarrollo de la motivación emprendedora en estudiantes de turismo. Un análisis comparado entre alumnos de grado y postgrado. *Esic Market Economics and Business Journal*, 47(1), 67-93. <https://doi.org/10.7200/esicm.153.0471.2e>
- Renzella, L. B., & Espínola, N. M. (2019). *Inserción laboral de los graduados de la Licenciatura en Turismo: Un caso de estudio*. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas. Repositorio SEDICI. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/110927>
- Brondani, N. A., Dieckow, L. M., Lansse, E. A., Balustra, C., & Castells, C. (2016). *La percepción acerca de la formación universitaria, inserción laboral y de la profesionalización en turismo de Misiones, Argentina*. Universidad Nacional de Misiones. Recuperado de <https://www.unae.edu.py/tv/images/Saeta-2016.pdf>
- Abadías, L. (2022). *Turismo y trabajo: Las experiencias laborales de los jóvenes argentinos que realizan el programa Summer Work and Travel en Estados Unidos (período 2016-2020)* (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas). Repositorio SEDICI, Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/163049>
- Tuzunkan, D. (2018). Undergraduate tourism students' perceptions and attitudes towards tourism industry: The case of Daejeon, South Korea. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21(1), 103-111. <http://gtg.webhost.uoradea.ro/>
- Benítez, G. (2014). *La inserción laboral de los graduados en turismo de la Universidad Nacional del Sur en el mercado laboral de agencias de viajes en Bahía Blanca* [Tesina de Licenciatura]. Universidad Nacional del Sur. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3303/Tesina%20-Benitez.pdf?sequence=1>
- Hsu, L. (2013). *Work motivation, job burnout, and employment aspiration in hospitality and tourism students — An exploration using the Self-Determination Theory*. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 13, 180–189. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2013.10.001>

- Smith, R. A., & Schoffstall, D. G. (2019). *Employment impact on hospitality and tourism students' academic journey: The HBCU students' perspective*. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 20(2), 105-120. <https://doi.org/10.1080/15313220.2019.1706696>
- Gibson, P., & Busby, G. (2009). Experiencing work: Supporting the undergraduate hospitality, tourism and cruise management student on an overseas work placement. *Journal of Vocational Education & Training*, 61(4), 467-480. <https://doi.org/10.1080/13636820903231005>
- Churchward, J. y Riley, M. (2002). Ocupaciones y educación turística: Un estudio exploratorio. *Revista Internacional de Investigación Turística*, 4(2), 77-86. <https://doi.org/10.1002/jtr.361>
- Getz, D. (1994). Students' work experiences, perceptions and attitudes towards careers in hospitality and tourism: A longitudinal case study in Spey Valley, Scotland. *International Journal of Hospitality Management*, 13(1), 25-37. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(94\)90026-6](https://doi.org/10.1016/0278-4319(94)90026-6)
- Lozano Rodríguez, M. A. (2023). *Informe de Impacto de los Egresados (2015-2022)*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Oficina de Aseguramiento de la Calidad.
- BuscaCarrera. (s. f.). *Turismo — Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*. Recuperado de <https://buscacarrera.com.co/estudios/carrera/turismo-14959/universidad-colegio-mayor-de-cundinamarca/principal>