

# LA IMPORTANCIA DE LA COMPETENCIA PROFESIONAL DEL IDIOMA INGLÉS EN EL PROFESIONAL DEL TURISMO. CASO: LICENCIATURA EN TURISMO, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS

THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL ENGLISH LANGUAGE  
PROFICIENCY IN THE TOURISM PROFESSIONAL. CASE:  
BACHELOR'S DEGREE IN TOURISM, UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA DE ZACATECAS

**Dra. Zaira Marlen López Pérez**

Doctora, Licenciatura en Turismo, Universidad Autónoma de Zacatecas.

ORCID: **0000-0001-8251-4598**

**zmarlenlopez@uaz.edu.mx**

**Dra. Olga Guadalupe Vera Díaz**

Doctora, Licenciatura en Turismo, Universidad Autónoma de Zacatecas.

ORCID: **0000-0003-0665-493X**

**olgavera@uaz.edu.mx**

## RESUMEN

La presente investigación consiste en analizar e interpretar la situación sobre la percepción que existe sobre la formación en inglés y de inglés con fines específicos para el turismo en los profesionales de este sector, específicamente en el programa de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Para alcanzar el objetivo de la investigación se tomó en cuenta una muestra de la población de docentes, egresados y empleadores del sector turístico. Dentro de los resultados están que la competencia del idioma inglés para el turismo: es fundamental en los profesionales del turismo para su desempeño y profesionalización en el sector, les permite brindar un servicio de calidad y la incorporación a un mercado laboral competitivo. Se encontró que además de la lengua extranjera, el profesional del turismo requiere vocación y actitud en el servicio turístico.

**Palabras claves:** Competencia profesional, educación superior, lengua extranjera, turismo

## ABSTRACT

*The present research consists of analyzing and interpreting the situation regarding the perception that exists about training in English and English for specific purposes for tourism in professionals of this sector, specifically in the program of the bachelor's degree in Tourism of the Autonomous University of Zacatecas. To achieve the objective of the research, a sample of the population of teachers, graduates and employers in the tourism sector was considered. Among the results are the competence of the English language for tourism: it is fundamental in tourism professionals for their performance and professionalization in the sector, it allows them to provide a quality service and incorporation into a competitive labor market. It was found that in addition to the foreign language, tourism professionals require vocation and attitude in the tourist service.*

**Key Words:** Foreign language, Higher Education, Professional Competence, Tourism.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está sustentada en la relevancia social que permea a los futuros profesionales del turismo en su inserción laboral y su desarrollo profesional dentro del sector turístico, y en la utilidad práctica que ésta pueda generar en la toma de decisiones de las autoridades de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Zacatecas (LT-UAZ) en la actual reestructuración del plan de estudios. Permitiéndose elevar la calidad de formación profesional al integrar el idioma inglés con fines específicos para el turismo en la generación de aprendizajes y de oportunidades de inserción laboral de sus egresados, además de cumplir con los objetivos de la presente administración rectoral en términos de vanguardia académica, internacionalización y calidad de la educación.

Adicional a lo anterior, es importante encontrar el sustento teórico y el conocimiento sobre la importancia de incluir el inglés dentro del currículo, para permitir la

reflexión y la concientización del quehacer educativo de la LT-UAZ en términos de la competencia lingüística del inglés. Lo que ofrecerá un punto de partida tanto a la LT-UAZ como a otros programas de Turismo y de Educación Superior que se encuentren en la misma disyuntiva.

Partiendo de que las competencias de un egresado son el resultado de combinar talentos, perfiles y capacidades de los graduados para contribuir a la productividad y de que son percibidas como un elemento clave para el crecimiento y desarrollo económico sostenible en una economía globalizada de la cual somos partícipes (García M. & Pérez López, 2008). Para el profesional del turismo adquirir la competencia sociocultural en su formación es inminente. Derivada de esta competencia sociocultural se encuentra la competencia intercultural lingüística del idioma inglés como enlace en la comunicación entre dos o más individuos cuya lengua materna o segunda lengua sea el inglés, siendo lo anterior una segura realidad del profesional del turismo.



## FUNDAMENTACIÓN

Dentro de las tendencias a nivel mundial en materia de educación destaca la Agenda 2030: Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente en el objetivo cuatro, relacionado con: “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos”. Igualmente, las metas derivadas de dicho objetivo, que conciernen a la presente investigación, son: “Asegurar el acceso en condiciones de igualdad para todos los hombres y las mujeres a formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria” y “Aumentar el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento” (Organización de las Naciones Unidas, 2015).

Romero et. al. (2021) señalan que alrededor del mundo los gobiernos y las organizaciones internacionales promueven el aprendizaje de lenguas, haciendo hincapié en el inglés como lengua franca. El Consejo de Europa, dentro de su Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, fomenta el aprendizaje de más de una lengua extranjera con la finalidad de facilitar la movilidad educativa, cultural, científica y comercial entre los países miembros de la Unión Europea.

En la investigación *Influencia del inglés como segunda lengua en el currículo de la Carrera de Bibliotecología en el Ecuador* elaborada por Romero (2021), se menciona que en esta globalización el aprendizaje del inglés es de vital importancia principalmente para los estudiantes universitarios. Señala que la mayoría de la bibliografía básica de las distintas carreras se encuentra en inglés, al igual que la información necesaria en internet. Es por eso por lo que la Enseñanza Universitaria constituye el último peldaño hacia la profesionalización, por lo que representa la última oportunidad, desde el punto de vista escolar,

para que los estudiantes tengan un correcto dominio de este idioma. Una vez culminada esta etapa, el nuevo profesional universitario que sepa comunicarse y entender el inglés, tendrá un sinnúmero de puertas abiertas a nivel mundial. Esta investigación aborda la importancia de aprender inglés como una segunda lengua en la carrera de Bibliotecología, Documentación y Archivo de la Universidad Técnica de Manabí, ya que actualmente es la única entidad de enseñanza superior del Ecuador que oferta aquella carrera, esto con el fin de elevar las oportunidades de los egresados para ejercer con mayor eficiencia y eficacia las actividades laborales en la vida profesional. Dicha investigación tuvo un enfoque metodológico cuantitativo y analítico-sintético, en donde se concluyó que el inglés debe ser considerado como una prioridad en el proceso de formación de profesionales de bibliotecología, ya que, mediante la formación continua, el estudiante desarrolla sus habilidades de interpretación y lectura en este idioma que es de importancia en la actualidad. Se encontró que sus estudiantes tienen un nivel básico y esto les presenta dificultades al adaptarse a las exigencias que presenta el ámbito laboral. Y dados los resultados de su instrumento, se determinó la incidencia del idioma inglés como segunda lengua en el currículo de las carreras de Bibliotecología, Documentación y Archivo, contribuyendo así a mejorar la formación profesional y técnica de los estudiantes.

Rivas et. al. (2019), dan a conocer en su artículo *Propuesta de las competencias profesionales en turismo desde el enfoque del empleador* la opinión de cinco titulares de organismos, instituciones y asociaciones oficiales que regulan la actividad turística en México y así proponer un esquema de competencias que un profesional del sector turismo debería adquirir y desarrollar en las instituciones de educación superior. Sus resultados son que las competencias, características y aptitudes requeridas en la industria del turismo en México son heterogéneas en las categorías del “saber” (cognitivas, disciplinares y conceptuales) y del “saber hacer” (procedimentales e instrumentales), pues cada una de estas dependen de la sub-industria

turística en la que se labora. Sin embargo, se pudieron determinar ciertas coincidencias en diversos aspectos cognitivos (p. ej., dominar otra lengua, desenvolverse en el área de mercadotecnia, etc.), actitudinales (p. ej., empatía, trabajo en equipo, etc.) e incluso en determinados valores (p. ej., honestidad, ética, etc.).

En el libro *Complejidad del Turismo en la Frontera del Conocimiento* de Perea et. al. (2014), mencionan en el Capítulo nueve, que “el inglés como factor detonador en la operación turística” determinan la relevancia del dominio de una lengua extranjera, que dada la ubicación de la investigación en la zona fronteriza de México y la relevancia de dicho idioma alrededor del mundo, su aprendizaje se convierte en una necesidad.

De acuerdo con el informe de Cronquist y Fiszbein (2017), el aprendizaje del inglés se ha convertido en un importante tema estratégico en América Latina. Los países han desarrollado estrategias nacionales, creado programas y realizado cuantiosas inversiones para expandir el acceso a las oportunidades de aprender inglés, sin embargo, los resultados de exámenes indican que el dominio del inglés es muy bajo.

El sistema educativo simplemente no está generando estudiantes con los niveles necesarios de dominio del inglés. Las escuelas con frecuencia son incapaces de impartir las clases de inglés necesarias y aquellas que lo hacen suelen impartir clases de baja calidad. Las oportunidades de aprendizaje fuera del sistema educativo, aunque cada vez están más disponibles, no logran compensar las deficiencias. Por ejemplo, en México aún hay mucho que trabajar en función de una política homogénea para la enseñanza del inglés como segunda lengua (ESL por sus siglas en inglés), ya que cada región del país, norte, centro y sur trabaja bajo lo que cada secretaría estatal de educación cree conveniente (Cronquist & Fiszbein, 2017). Por lo tanto, cada secretaría estatal de educación debe de tener esta política, ya que es fundamental para su desarrollo profesional. A pesar de que en Zacatecas existe esta política, no se ha tomado la responsabilidad

correspondiente para lograr que los alumnos tengan esta competencia al ingresar al mundo laboral.

Alonso (2006) menciona que el estudiante de inglés para turismo debe adquirir una competencia lingüística basada no sólo en el saber técnico de especialidad sino también en la especificidad cultural de los principales destinos turísticos en los que se ofrecen servicios en el idioma inglés. Es necesario que los alumnos de la carrera de turismo sean formados con estos conocimientos de ESP para el turismo, teniendo en cuenta que los profesionales del turismo necesitan conocimientos socioculturales sobre otros países para comprender la diversidad cultural que pueden encontrar en un futuro y así evitar problemas de comunicación tanto con clientes como con los propios profesionales del sector turístico de distinta nacionalidad.

La importancia del idioma inglés en el sector turístico es inminente, ya que quienes se encuentran laborando en esta industria, siempre en constante proceso de internacionalización resultado de la globalización, encaran la necesidad de comunicarse de manera efectiva en el idioma por excelencia de los negocios (Glas, 2008).

#### **De acuerdo con Alonso (2006):**

los profesionales del turismo desde el momento en que son alumnos de esta profesión se exponen a hacer uso del inglés de modo personal, aplicado, práctico, inmediato y directo, al trabajar en este sector como lo es en: hoteles, agencias de viajes, mayoristas, compañías de transporte etc., o en servicios complementarios del turismo. Ya que tienen que comunicarse con ciudadanos de cualquier parte del mundo en inglés como lengua internacional, el profesional del turismo deberá enfrentarse personalmente a hablar, entender, escribir y leer en esa lengua para su trabajo cotidiano.

Tal como afirman Chávez y Saltos (2017) respecto del inglés: “Es la educación superior el último escalón y la última opción desde el punto de vista escolar para alcanzar un buen nivel en este idioma. En diversas universidades del mundo, cuyos estudiantes no poseen como lengua materna el inglés, se ha potencializado y se continúan desarrollando estructuras y mecanismo para enseñar este idioma”.

De acuerdo con Peñaloza et. al. (2011), una profesión, como detonadora del ejercicio laboral, es reconocida principalmente por su desarrollo en el mercado de trabajo y la conformación de una estructura ocupacional que determina sus prácticas. Dicha profesión tiene una estrecha relación con la formación académica mediante el vínculo que establece a través de la certificación profesional de conocimientos, habilidades, actitudes, valores y competencias que responden a las necesidades del entorno económico, social y cultural, en un escenario donde se gestiona el conocimiento y se realiza un ejercicio formativo permanente que requiere el individuo para promover mayor competitividad en el ámbito profesional.

## METODOLOGÍA

El enfoque cualitativo explora los fenómenos en profundidad, se conduce básicamente en ambientes naturales, los significados se extraen de los datos y no se fundamenta en la estadística, lo anterior por medio de un proceso inductivo, recurrente, analizando múltiples realidades subjetivas, sin una secuencia lineal, y sus bondades son la profundidad de significados, la amplitud, la riqueza interpretativa y la contextualización del fenómeno (Hernández Sampieri, et. al., 2010).

En la investigación cualitativa, la indagación permea durante todo el desarrollo de la elaboración del estudio en cuestión de manera cíclica, entre los hechos y la interpretación dada. Por lo que la revisión de la literatura existente, es decir, el marco de referencia es

una constante durante el desarrollo de ésta. En este enfoque, la recolección de datos cualitativos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes, se dice que los datos cualitativos son descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.

El enfoque cualitativo no manipula la realidad, sino que evalúa el proceso natural de los sucesos. La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento de los significados de las acciones de seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones, es decir, busca interpretar lo que va captando activamente sobre las propias realidades de los individuos (Hernández Sampieri, et. al., 2010).

Dado que en la investigación cualitativa el tipo de muestreo es intencional, la población contemplada como sujetos de estudio involucrados en esta investigación y considerando su representatividad son los egresados y docentes de la licenciatura en turismo LT-UAZ, además de los empleadores del sector turístico en el estado de Zacatecas. Ya que son los actores involucrados directamente con el objeto de estudio y poseedores de información valiosa de primera mano. El muestreo es el procedimiento a través del cual se realiza la selección de los individuos dispuestos a participar en la investigación que sean portadores de información valiosa y que permitan lograr los objetivos del estudio, otorgándole una dirección específica.

Existen diversos procedimientos para definir la muestra. Sin embargo, para la presente investigación se utilizó la muestra no probabilística y de carácter intencional, para así obtener información significativa para el presente objeto de estudio.

Para la selección de la muestra fue necesario contemplar a personas poseedoras de información, que estuvieran directamente relacionadas con el tema de investigación. Por lo que, dadas las necesidades

del presente tema de estudio, fue necesario hacer un muestreo homogéneo tanto para el grupo de docentes como para el grupo de egresados, ambos de la LT-UAZ, quienes son los implicados en su realidad académica, ya que este tipo de muestreo consiste en una selección de una pequeña muestra muy homogénea para el estudio en profundidad de un grupo social que presenta características muy específicas por lo que también es un muestreo por conveniencia según Izcara P. (Izcara, 2014).

Sin embargo, para la selección de muestra para el grupo de empleadores se hizo a través del muestreo de casos políticamente relevantes; Izcara P. menciona que este tipo de muestreo implica la requisición de actores principales, en otras palabras, a las personas que pueden aportar una mayor riqueza de información porque intervienen más directamente en la acción; siendo los empleadores quienes están en contacto con la realidad laboral de los egresados de la LT-UAZ.

El tamaño de la muestra se definió en función de las características específicas que debe tener cada uno de los informantes, ya sea si es egresado, docente o empleador y de esta manera evitar ser redundante en la información obtenida. Es decir, para la unidad muestral de los egresados deben encontrarse laborando en el sector turístico; para la unidad muestral de docentes serán aquellos que son de base y de carrera que hayan participado en la reestructuración del plan de estudios vigente; finalmente para la unidad muestral de los empleadores se considera a los representantes de los subsectores de la industria turística. La muestra estuvo integrada por seis egresados, seis docentes y tres empleadores, dando un total de 15 sujetos de investigación.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron en la presente investigación son las entrevistas semiestructuradas. Dado que son las técnicas más apropiadas para recolectar la información de los sujetos involucrados en la investigación, obteniendo a través de estas técnicas la percepción que tienen los

entrevistados sobre la importancia de impartir materias en inglés como parte de la formación profesional de un Licenciado en Turismo; otorgándole así una interpretación acorde a la realidad social que estos participantes poseen. Adicional a lo anterior, la técnica de la entrevista a profundidad, según Taylor y Bodgan (1998), citado por Izcara, es adecuada cuando los intereses de la investigación son relativamente claros y bien definidos, como se manifiesta en la presente investigación. La estructura de las entrevistas fue de 10 interrogantes para los docentes, 9 preguntas para los egresados y 8 preguntas para los empleadores. Las cuales se realizaron de manera individual en diferentes tiempos, entre 45-55 minutos por entrevista.

Izcara (2014) expone una metodología de tres pasos esenciales para el análisis de información cualitativa la cual, a pesar de ser extraída de una muestra pequeña, genera una gran cantidad de información que debe ser tan reducida como sea posible, sin dejar de lado los aspectos más importantes de cada dato extraído para el desarrollo de la investigación: “Un método de análisis de datos cualitativos abarca tres etapas técnicas: i) la simplificación de la información; ii) la categorización de la información, y iii) la redacción del informe de resultados” (pág. 53).

El primer paso, que consistió en la simplificación de la información o el análisis de frases o narraciones significativas, requirió de una lectura minuciosa de todos y cada uno de los instrumentos de recolección de datos. En el análisis cualitativo, lo primero que debe realizarse es: “la reducción y simplificación de los datos recabados, mediante la eliminación de la información superflua y redundante bajo el criterio de la relevancia interpretativa” (Izcara, 2014, pág. 54). Obteniendo así, las reseñas más específicas y reveladoras relacionadas con el tema desarrollado.

En esta etapa fue necesario tomar en cuenta lo investigado en el marco referencial y los objetivos propuestos en este trabajo, pues de esta manera, cuando se leyó y analizó cada párrafo o narración, todo



se centró en identificar la información que realmente fuera importante. Una manera de lograr esta reducción significativa de información fue a través del uso de fichas, las cuales permitieron clasificar información homogénea en los materiales leídos.

Las fichas creadas contenían un tema o título en específico que hablaba concretamente sobre su contenido. Dicho tema era corto y se denominaba “tema particular de referencia”. Los fragmentos seleccionados para cada ficha no eran menores a cinco ni mayores a veinte, pues si se redactan muy cortos, su análisis resultaría improbable y poco confiable. Por el contrario, si se redactan de manera extensa sería difícil su análisis, cayendo en ambigüedades que podrían afectar la redacción de conclusiones de manera exitosa al final del trabajo de investigación.

En el proceso de categorización, que “implica la construcción de un nexo entre los datos recogidos durante el trabajo de campo y las nociones conceptuales abordadas durante la construcción del marco teórico” (Izcarra, 2014, pág. 60), se buscaron relaciones entre los resultados obtenidos en cada instrumento de recolección de datos aplicado y entre la teoría investigada, tratando de dar una explicación clara y bien fundamentada de las conclusiones obtenidas.

## RESULTADOS

Conforme a lo explicado anteriormente en el apartado metodológico se presentan las fichas realizadas para el vaciado de datos y permita su mejor interpretación.

Pregunta de investigación	Dimensiones	Frasas o narraciones	Claves
<p>¿Cuál es la percepción de los docentes y egresados de la LT-UAZ y los empleadores del sector turístico del estado de Zacatecas sobre la inclusión de la enseñanza del inglés en la formación de los profesionales del turismo?</p>	<p>Conocer la repercusión de la ausencia de la formación del inglés en los alumnos en el programa de la LT-UAZ.</p>	<p>Se está esperando de un licenciado en turismo que tenga el dominio, el dominio de por lo menos, al menos un idioma adicional al español y en este caso es del inglés específicamente, si hablamos en términos optimistas se está esperando que el licenciado en turismo por lo menos esté hablando dos idiomas adicionales al nativo,"</p>	<p>Docente</p>
		<p>Cualquier persona que se dedica a la actividad turística por lo menos debe de dominar el idioma inglés, ya que es una lengua universal.</p>	<p>Docente</p>
		<p>"El inglés debe ser obligatorio y no opcional, ya que los que dominan el idioma inglés pueden aspirar a puestos gerenciales."</p>	<p>Docente</p>
		<p>"Zacatecas en ese sentido en nuestros egresados no poseen en estas habilidades específicamente el dominio del idioma inglés en lo que sería precisamente esta propuesta específica del manejo de tecnicismos que se ocupan en el ámbito turístico definitivamente es su limitación profesional queda muy sesgada y marcada."</p>	<p>Docente</p>
		<p>"Yo creo que tendríamos que hablar de dos tipos de personas, el que posee esta habilidad, esta competencia lingüística en un puesto medio a alto sabiendo que tiene un dominio que no todos lo tienen y sin embargo la persona que no tiene esta competencia inmediatamente estará sujeta a que le den un puesto operativo y a, en este caso, a obtener un salario mucho más bajo. "</p>	<p>Docente</p>
		<p>"contratan a ese aspirante que tiene el dominio del idioma, o sea ya no importa si saliste con mención honorífica, sino realmente demostrar que tienes el dominio del idioma y adelante. El hecho de aspirar a mejores condiciones no sólo laborales sino de vida."</p>	<p>Docente</p>
		<p>"Para los empleadores turísticos es importante que los alumnos, a quienes contratan se comuniquen en inglés, sobre todo en lugares fuera del estado o en el extranjero."</p>	<p>Docente</p>
		<p>"El dominio del idioma es fundamental, el inglés crea vínculos y abre oportunidades laborales, lejos de ser una materia, considero que debe llevarse a la práctica, lo que aprendes en la escuela está muy lejos de la realidad. Considero que debe haber un programa con práctica, que acerque al alumno a la realidad laboral en español y en inglés."</p>	<p>Egresado</p>
		<p>"Importante para poder crecer dentro de una organización son competencias que favorecen ir creciendo no solamente en donde estés trabajando si hay oportunidad, sino para brincar a empresas más grandes."</p>	<p>Egresado</p>
		<p>"El dominio del inglés es fundamental. Principalmente en ciudades con mucha captación de turismo extranjero."</p>	<p>Egresado</p>
		<p>"Es un idioma fundamental en la vida de un Turismólogos, y en si de una empresa prestadora de servicios turísticos, permite brindar un mejor servicio, atraer a más clientes y sobre todo encontrar un mejor empleo."</p>	<p>Egresado</p>
		<p>"Sí considero fundamental el inglés, porque en la mayoría de las empresas siempre se tiene relación con clientes extranjeros con los que uno tiene que tratar."</p>	<p>Egresado</p>
		<p>"Muchas de las especialidades de estudio o ámbito de profesionalización del área turística se encuentran en el idioma inglés. El no saberlo me hubiera limitado en mi crecimiento profesional."</p>	<p>Egresado</p>
<p>"un egresado de una licenciatura de turismo debe de tener por lo menos un 80% de conocimiento de inglés. Definitivamente es algo de lo cual no se debe cuestionar ni preguntar, es algo que debe estar dentro del programa de estudios para beneficio tanto de los futuros empleadores como del licenciado en sí."</p>	<p>Empleador</p>		

	<p>El concepto del alumno de una carrera turística es que se la va a pasar viajando y pues no, tiene que trabajar; segundo punto pues para trabajar en una carrera turística se tiene que tener determinación por servir, y ese es un problema generacional no sólo de la Universidad Autónoma de Zacatecas, sino de los muchachos, los millennials, los centennials que tienen una nula colaboración por querer servir a la gente.</p>	Empleador
	<p>"Sobre la importancia del inglés deben tenerlo como obligatorio indiscutiblemente y no pueden hacer que un alumno se gradúe o no pueden graduar a un alumno si no pasa cierto número de TOEFL o cierto número de un Cambridge o algo así para la lengua extranjera, porque si de por sí salen mal preparados al menos con el inglés se podrían defender"</p>	Empleador
	<p>"el campo laboral del egresado en turismo es muy amplio y en otros destinos sí es ya un requisito importante el dominar el inglés."</p>	Empleador
	<p>Tienen que tener la competencia lingüística del inglés, pero definitivamente antes del idioma tiene que haber la vocación de servicio turístico. Es muy importante que los estudiantes de la licenciatura en turismo sepan que el servicio de hostelería, de restaurantería, son oficios que cuando la mayoría de la gente descansa es cuando más trabajo se tiene. Es una vocación de mucho sacrificio y sobre todo de servicio.</p>	Empleador
	<p>El servicio de preparación del idioma inglés es de suma importancia puesto que le da un nivel al servicio y, genera la venta y el servicio a quien nos visita.</p>	Empleador
	<p>El problema no es con el inglés, el problema es la formación total del alumno, la verdad que el inglés debería de ser la última de sus preocupaciones, se lo digo a sabiendas de la importancia de la lengua como tal en una carrera turística.</p>	Empleador

El sector económico y los subsectores del turismo son cada vez más dinámicos por los cambios presentes dentro de la globalización y sus mercados emergentes, considerado como una de las actividades profesionales con más perspectivas de desarrollo. Esto exige generar profesionales competitivos que respondan a su vocación laboral. Dentro de este perfil se enmarca el dominio del inglés como una competencia requerida por el profesional de este sector a nivel mundial, donde el caso particular de México no es la excepción.

Derivado de este trabajo de investigación también se descubrió que, al menos por parte de los egresados de la LT-UAZ, el problema al que se enfrentan al laborar en el sector no sólo recae sobre la competencia comunicativa del inglés, sino también en las áreas de oportunidad de toda su formación, como lo es actitud y vocación del servicio turístico.

El quehacer turístico y el desempeño laboral del egresado requiere que éste sea capaz de generar una comunicación efectiva en inglés tanto con los

turistas como con los propios profesionales del sector. El idioma inglés no sólo se requiere para atención a clientes sino para poder relacionarse y desempeñarse entre los profesionales del sector, ya que existen procesos tanto *front-office* como *back-office* en donde este profesional tiene que participar en las múltiples actividades y procesos que se desarrollan a lo largo de la cadena de valor del turismo, desde los proveedores hasta los consumidores, en donde se tiene un continua comunicación en inglés con terminología muy específica de este sector tan heterogéneo de saberes.

En definitiva, se señala que el inglés le garantiza acceso a una mejor oportunidad laboral tanto nacional como internacional, ya que el desarrollo de profesionistas competitivos permite el logro de posiciones favorables.

La ausencia de esta competencia en el curriculum vitae con el que se postula a una vacante laboral; no se les dan las herramientas que en realidad necesitan para su desempeño en el sector, además se les limita el ingreso a su campo profesional y en sí a su desarrollo tanto laboral

como académico imitando al estudiantado durante su formación académica respecto a la oportunidad de participar en procesos de internacionalización como lo son los programas de movilidad académica, estancias de investigación e incluso en los programas de prácticas profesionales dentro del sector tanto a nivel nacional como internacional. Ya que para esto se requiere un cierto dominio del idioma en mención. Esta limitante a su vez se traduce en condicionar la visión que se podría adquirir respecto a lo que se está haciendo en otras regiones del mundo, abonando así a la teoría de la reproducción (en el sentido de Pierre Bourdieu), en términos de socialización y reproducción cultural.

Tanto de manera general como específica el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés debe ir acompañado de constante acercamiento y práctica enfocada del mismo, ya que entre mayor se dé esto, mayor será el dominio que se obtenga al respecto. Por lo que es importante colocar al alumno en escenarios auténticos en donde pueda encarar las funciones reales del idioma, en este caso del inglés para el turismo.

De acuerdo con lo recuperado en la presente investigación, los profesionales del turismo no sólo requieren de la competencia del inglés como lengua extranjera, sino que también requieren de un inglés con terminología muy específica para cada subsector del turismo y a lo largo de la cadena de valor. Definitivamente la importancia de incluir el inglés para el turismo bajo el enfoque del *English for Specific Purpose*(ESP) recae sobre los múltiples escenarios que el sector turístico comprende, y no sólo la atención directa al turista, como generalmente se cree.

## CONCLUSIONES

Derivado de la presente investigación se establecen las siguientes conclusiones en función de los objetivos de esta. Sobre la percepción de los docentes de carrera y egresados de la LT-UAZ y los empleadores del sector turístico sobre

la competencia del inglés en la formación de los profesionales del turismo, se concluyó lo siguiente:

- El quehacer turístico y el desempeño laboral del egresado requiere que éste sea capaz de generar una comunicación efectiva en inglés tanto con los turistas como con los propios profesionales del sector.
- El no saber inglés para los profesionales del turismo resulta en múltiples condicionantes, principalmente para su desarrollo laboral, profesional y académico.
- Su acceso laboral en el sector turístico generalmente se ve truncado y en cuanto a su desarrollo profesional se ve limitado, ya que carecen de una de las competencias más trascendentales que abre puertas tanto a nivel nacional como internacional, sobre todo porque generalmente forma parte de los requisitos para una vacante dentro del sector.
- La formación de y en inglés garantiza la oportunidad de acceder a una mejor calidad de vida profesional, por el contrario, la ausencia la condiciona a puestos de trabajo totalmente operativos, que en muchos destinos ni siquiera les da una oportunidad.
- El profesional de turismo debe desarrollar esta competencia para interpretar mensajes orales complejos en inglés expresados por clientes (turistas, viajeros) y proveedores del sector turístico con el objetivo de brindar un servicio de calidad, conseguir la satisfacción del cliente y una comunicación efectiva entre los profesionales del sector.
- Por lo que la integración del inglés en la formación del estudiantado de turismo es necesaria y fundamental para tener un impacto positivo en la prestación de los diversos servicios turísticos.
- Al enseñar y poner en práctica el acercamiento de la realidad y al generar esta plataforma sólida en los futuros profesionales del turismo sobre la competencia del turismo en el dominio

del idioma inglés, de manera que puedan comunicarse profesionalmente tanto verbal como escrita, les permitirá egresar con una competencia que les dará gran ventaja al momento de insertarse en el mercado laboral, en su desempeño profesional próximo y en escalar a mejores posiciones laborales. Es una cuestión de generar valor al licenciado en

turismo, que egrese con una formación de mayor calidad y no, por el contrario, que se inserte en un mercado laboral altamente competitivo. Por ende, tal como se indica en lo vertido por los sujetos de investigación, docentes, egresados y empleadores-, la formación en inglés para el turismo tiene que ser obligatoria y parte del plan de estudios de la LT-UAZ.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Alonso, A. (2006).** La competencia intercultural en la enseñanza del inglés dentro del contexto turístico. *Encuentro: revista de investigación e innovación en la clase de idiomas* (16), 17-26. Recuperado el 24 de junio de 2017
- Chávez Zambano, M. X., Saltos Vivas, M. A., & Saltos Dueñas, C. M. (2017).** La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 3, 759-771.
- Cronquist, K., & Fiszbein, A. (2017).** El aprendizaje del inglés en América Latina. *El Diálogo: Liderazgo para las Américas*, Pearson. Recuperado el 29 de diciembre de 2017, de <https://www.thedialogue.org/wp-content/uploads/2017/09/El-aprendizaje-del-ingles-en-Am%C3%A9rica-Latina-1.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010).** Capítulo 1 Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Izcara Palacios, S. P. (2014).** Manual de Investigación Cualitativa. Cd. de México: Fontamara.
- García M., J. V., & Pérez López, M. D. (2008).** El grado en turismo: un análisis de las competencias profesionales. *Cuadernos de Turismo*(21), 67-83.
- Glas, K. (mayo-agosto de 2008).** El inglés abre puertas... ¿a qué? Análisis del discurso sobre la enseñanza del inglés en Chile, 2003-2006. *Revista Educación y Pedagogía*, XX(51), 111-122. Recuperado el 24 de junio de 2017
- Organización de las Naciones Unidas. (2015).** Objetivo 4 Educación de Calidad. Obtenido de *Objetivos de Desarrollo Sostenible*: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>
- Rivas García, R. M., Cardoso Espinosa, E. O., & Cortés Ruiz, J. A. (junio de 2019).** Propuesta de las competencias profesionales en turismo desde el enfoque del empleador. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, IX(18), 195-214.
- Romero Romero, L. A., Ornaza Pincay, M. d., Naranjo Flores, M. I., & Hernández Intriago, J. C. (2021).** Influencia del inglés como segunda lengua en el currículo de la Carrera de Bibliotecología en el Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 6(3), 40-63.
- Peñaloza Suárez, L., Medina Cuevas, J., Herrera Márquez, A., & Vargas Leyva, R. (octubre de 2011).** La profesión turística: ejes de explicación en su relación con la formación académica. *Revista de la educación superior*, 40(160), 95-118.
- Perea Irigoyen, D., & Róo y Sánchez, S. (2014).** Cómo llevar al futuro licenciado en turismo a ser bilingüe, efectivo y exitoso. En T. Cuevas Contreras, & A. Palafox Muñoz, *Complejidad del turismo en la frontera del conocimiento* (págs. 153-168). México, D.F.: Gasca.
- Taylor, Steven J. Taylor, Robert Bogdan, J. Piatigorsky. (1987).** Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Ed. Paidós