

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CENTRO DE PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN EN
EDUCACIÓN SUPERIOR
MAESTRÍA EN EDUCACION SUPERIOR
MENCIÓN: “PSICOPEDAGOGÍA Y EDUCACIÓN SUPERIOR
VERSIÓN XXIII”



TESIS DE MAESTRIA
COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS DEL IDIOMA INGLÉS EN
LA INSERCIÓN LABORAL
CASO: TITULADOS DE TURISMO – UMSA,
GESTIONES 2013 – 2015

Tesis de grado presentada para la obtención del Grado de Magíster Scientiarum

Postulante: Lic. Patricia Carolina Pomar Montes De Oca

Tutor: Ph. D. Alex A. Chaman Portugal

La Paz – Bolivia

2016

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

VICERRECTORADO

CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Tesis de Maestría:

COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS DEL IDIOMA INGLÉS EN LA INSERCIÓN LABORAL

CASO: PROFESIONALES DE TURISMO UMSA GESTIONES 2013 – 2015

Para optar el Grado Académico de Magister Scientiarum en Educación Superior del
Postulante:

PATRICIA CAROLINA POMAR MONTES DE OCA

Nota Numeral:

Nota Literal:

Significado de Calificación:

Director CEPIES:

Sub Director CEPIES:

Tutor:

Tribunal:

Tribunal:

La Paz,.....de..... de 2016

Escala de Calificación para programas Postgraduales Según el Reglamento para la elaboración y Sustentación de Tesis de Grado vigente en el Centro Psicopedagógico y de Investigación en Educación Superior CEPIES: a) Summa cum laude (91-100) Rendimiento Excelente; b) Magna cum laude (83-90) Rendimiento Muy Bueno; c) Cum laude (75-82) Rendimiento Bueno; d) Rite (66-74) Rendimiento Suficiente; e) (0-65) Insuficiente

Dedicatoria:

A ti amado papito Félix Armando Pomar Ramos porque eres mi fortaleza y mi apoyo hoy y siempre, gracias por tus consejos, tu amor incondicional y simplemente por ser el papá más maravilloso del mundo.

Te amo mi ángel en el cielo.

Agradecimientos:

A Dios por permitirme cumplir mis sueños y lograr mis metas.

A mi amado papá que desde el cielo me cuida y me da fuerzas para seguir a pesar de las adversidades.

A mi mamá Hilda Montes de Oca del Castillo por sus palabras de aliento cuando más las necesite y por su amor incondicional siempre, mami eres la mejor!

A mi hermana Ing. Anahy Pomar por su apoyo, siempre eres parte de mi esfuerzo te amo hermanita.

A mi compañero de vida Eleazar Encinas por su apoyo incondicional, su paciencia durante este proceso y sus palabras de ánimo siempre.

PhD Álex Chamán mi estimado tutor quien me aconsejó y ayudó en la elaboración de éste trabajo de investigación además de apoyarme y alentarme para seguir adelante con mi investigación.

A mi querida docente PhD María del Pilar Chávez por su apoyo, sus palabras, consejos y su tiempo.

Lic. José Téllez y Lic. Dante Caero por brindarme la información necesaria y su apoyo.

Al señor Philip Rice por su comprensión para el desarrollo de la presente Maestría.

A mis compañeros y amigos por todos los conocimientos y experiencias compartidas además por los lindos e inolvidables momentos vividos en las aulas.

Resumen:

Esta investigación que aborda las competencias lingüísticas para la inserción laboral de los titulados de Turismo – Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), tiene como propósito hacer un aporte teórico, ya que el idioma inglés, como lengua de especialidad, es una temática aún poco estudiada en Bolivia, sin embargo, se reconoce su importancia pues el profesional en turismo está en contacto con personas de diferentes culturas e idiomas que utilizan el idioma inglés como principal lengua de comunicación fuera de sus países.

La investigación permite analizar cuán importante es el idioma inglés para poder acceder al mercado laboral, ya que sin esto las oportunidades laborales disminuyen de manera considerable. En efecto, para llegar a esta conclusión se analizó la labor de los titulados de la Carrera de Turismo de la UMSA, gestiones 2013, 2014 y 2015 y su percepción del inglés como parte de su formación de pre grado, además de la influencia de contar o no con este requisito para la inserción laboral.

En este estudio se pudo determinar, gracias a las entrevistas realizadas a profesionales en Turismo, a empleadores de empresas turísticas, al Director de Carrera y Director de Post Grado de Turismo, la importancia de la cualificación del personal en términos de idiomas, por tal motivo, se efectiviza la propuesta de diseñar un Diplomado en inglés especializado en turismo, que responda a las necesidades de una óptima capacitación a nivel de post grado, que también coadyuve a la mejor inserción de los profesionales en empresas turísticas, ya que como reconoció la máxima autoridad administrativa de la Carrera; lo que se busca es formar profesionales que hagan gestión y no tanto prestación de servicios, se reconoce que los espacios en el primero son limitados puesto que la mayoría de los profesionales buscan espacios en la empresa privada como prestadores de servicios.

Abstract:

This research of the linguistic competences for the labor insertion of the graduates of Tourism - Umsa, has as purpose to make a theoretical contribution since the English language like specialty language is a theme still little studied, nevertheless, its importance is recognized since The tourism professional is in contact with people from different cultures and languages who use the English language as the main language of communication outside their countries.

The research allows us to analyze how important the English language is in order to gain access to the labor market, since without it job opportunities are considerably reduced. In order to arrive at this conclusion, the graduates of the Tourism Career of the Universidad Mayor de San Andrés of the 2013, 2014 and 2015 administrations and their perception of English as part of their undergraduate training were analyzed in addition to the Influence of counting or not with this requirement for labor insertion

In this study we determined thanks to the questionnaires applied to professionals in tourism, employers of tourism companies and interviews with the Director of Tourism and Director of postgraduate of Tourism the importance of staff qualifications in terms of language, for that reason, the proposal is made to design a degree in English specializing in tourism that meets the needs of training graduate level and will also contribute to better integration of professionals in tourism business since as recognized the supreme authority of the race, although it which seeks to train professionals do not both management and service delivery, recognizing that the first spaces are limited and that most professionals looking for spaces in private companies as service providers.

Palabras clave:

Competencias lingüísticas, profesionales en turismo, inserción laboral

Key words:

Language skills, tourism professionals, employment.

Tabla de contenidos

Dedicatoria _____	III
Agradecimientos _____	IV
Resumen _____	V
Abstract _____	VI
Palabras clave _____	VII
Key words _____	VII
Tabla de contenidos _____	VIII
Índice de tablas _____	XI
Índice de cuadros _____	XII
Introducción _____	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN _____	3
1.1. Planteamiento del problema _____	3
1.2. Formulación del problema _____	7
1.3. Objetivos de la investigación _____	7
1.3.1. Objetivo General _____	7
1.3.2. Objetivos Específicos _____	7
1.4. Justificación de la investigación _____	7
1.5. Delimitación _____	9
1.6. Alcances de la investigación _____	9
1.7. Hipótesis _____	10
1.7.1. Hipótesis Válida _____	10
1.7.2. Hipótesis Nula _____	10
1.8. Definición de variables _____	10
1.9. Operacionalización de variables _____	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO _____	13
2.1. Estado del arte _____	13
2.2. Marco conceptual y teórico _____	22
2.2.1. Definición de turismo _____	22
2.2.2. Concepto de educación _____	23
2.2.3. Educación superior en turismo _____	24
2.2.4. Educación en turismo _____	27
2.2.5. Concepto de competencia _____	28
2.2.6. Competencia lingüística _____	33
2.2.7. Ámbitos de las competencias en comunicación lingüística _____	39
2.2.8. Competencias requeridas para el profesional en turismo _____	39
2.2.9. Diferencia entre inglés para turismo y para negocios _____	40
2.2.10. El inglés como lengua internacional en turismo _____	42
2.2.11. La competitividad en el mercado laboral turístico _____	45
2.2.12. Competencia lingüística en el mercado laboral turístico _____	45
2.2.13. Evaluación del aprendizaje para promover el desarrollo de competencias _____	47
2.2.14. Desarrollo de competencias _____	47
2.2.15. Marco Común Europeo de referencia para las lenguas _____	50

2.2.16. Inserción Laboral	53
2.2.16.1. Tipos de inserción laboral	56
2.2.16.2. Modalidades de inserción laboral	56
2.3. Marco referencial	57
2.3.1. Importancia del inglés como segunda lengua	59
2.3.2. Incidencia del idioma inglés para turismo	59
2.3.3. La formación profesional desde la Universidad	60
2.3.4. Formación en inglés para los profesionales en turismo	61
2.3.5. Áreas para la inserción laboral del profesional en turismo	63
2.3.6. Importancia de enseñar inglés como especialidad para turismo	64
2.4. Marco legal	64
2.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia	64
2.4.2. Ley general de Turismo: Bolivia te Espera N.292	65
2.4.3. Plan Estratégico Institucional Universidad Mayor de San Andrés 2012 - 2016	66
2.5. Marco institucional	66
2.5.1. Carrera de Turismo	68
2.5.1.1. Visión	68
2.5.1.2. Misión	68
2.5.1.3. Perfil profesional	68
CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	70
3.1. Enfoque de la investigación	70
3.2. Tipo de investigación	70
3.3. Diseño de investigación	72
3.4. Métodos de investigación	73
3.5. Técnicas de investigación	73
3.6. Instrumentos de investigación	74
3.7. Validez y confiabilidad de instrumentos	76
3.8. Fuentes de información	78
3.9. Descripción de unidad de estudios: Objeto, Unidad de estudio	78
3.10. Universo	78
3.11. Muestra	79
3.12: Tipo de muestreo	79
3.12.1. Criterios de inclusión: Profesionales que:	80
3.12.2. Criterios de exclusión	80
3.13. Categorización de las variables	80
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	82
4.1. Resultados por indicadores:	82
4.2. Resultados cuestionario a profesionales en Turismo - UMSA:	83
4.3. Resultado cuestionario a empleadores de empresas turísticas.	91
4.4. Resultado entrevista realizada al Director de Carrera de Turismo.	96
4.5. Resultado entrevista realizada al Director de Post Grado de la Carrera de Turismo.	97
4.6. Análisis de resultados	98
4.7. Comprobación de hipótesis	99
CAPÍTULO V: PROPUESTA DIPLOMADO DE INGLÉS ESPECIALIZADO PARA TURISMO	101
5.1. Introducción	101

5.2. Antecedentes _____	102
5.3. Justificación _____	103
5.4. Fundamento epistemológico _____	105
5.5. Objetivos: _____	106
5.6. Características del programa _____	106
5.7. Criterios de Admisión _____	107
5.8. Duración _____	107
5.9. Proceso de autoevaluación _____	107
5.10. Perfil del graduado _____	108
5.11. Estructura curricular _____	109
5.11.1. Plan temático general _____	109
5.11.2. Formas organizativas de enseñanza _____	110
5.11.3. Fondo de tiempo (Carga horaria y creditaje) _____	111
5.11.4. Contenido de los módulos. _____	112
5.12. Métodos de enseñanza _____	117
5.13. Métodos de enseñanza _____	118
5.14. Medios de enseñanza _____	118
5.15. Sistema de Evaluación _____	118
5.16. Requisitos de Graduación _____	119
5.17. Modalidad de Graduación _____	119
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	120
6.1. Conclusiones _____	120
6.2. Recomendaciones _____	123
BIBLIOGRAFÍA _____	125
WEBGRAFÍA _____	129
ANEXO 1: Encuesta dirigida a los prestadores de servicios _____	131
ANEXO 2: Cuestionario dirigido a los empleadores de empresas turística. _____	133
ANEXO 3: Entrevista dirigida al Director de Carrera de Turismo - UMSA _____	135
ANEXO 3: Entrevista dirigida al Director de Post Grado Carrera de Turismo – UMSA. ____	136

Índice de tablas

Tabla 1. Competencias en comunicación lingüística.	37
Tabla 2. Ámbitos en comunicación lingüística:	39
Tabla 3. Competencias en el sector turismo	40
Tabla 4. Trabajar en inglés como lengua extranjera	48
Tabla 5. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera:	49
Tabla 6. Visitas de turistas a Bolivia	63
Tabla 7. Técnicas e instrumentos	75
Tabla 8. Inglés para el mercado laboral	83
Tabla 9. Inglés como requisito	84
Tabla 10. Frecuencia que utiliza inglés	85
Tabla 11. Nivel de comunicación en inglés	86
Tabla 12. Formación de inglés en su Carrera	87
Tabla 13. Cursos extracurriculares de inglés.....	88
Tabla 14. Cursos de Post Grado.	89
Tabla 15. Diplomado en inglés especializado.	90
Tabla 16. Inglés para contrato	91
Tabla 17. Importancia del inglés.	92
Tabla 18. Aspectos importantes para contratación.....	93
Tabla 19. Nivel de inglés.....	94
Tabla 20. Capacitación independiente.....	95

Índice de cuadros

Cuadro 1. Titulados 2013, 2014 y 2015	79
Cuadro 2. Inglés para el mercado laboral.....	83
Cuadro 3. Inglés como requisito.....	84
Cuadro 4. Frecuencia que utiliza inglés	85
Cuadro 5. Nivel de comunicación en inglés.....	86
Cuadro 6. Formación de inglés en su Carrera	87
Cuadro 7. Cursos extracurriculares de inglés.	88
Cuadro 8. Cursos de Post Grado.	89
Cuadro 9. Diplomado en inglés especializado.	90
Cuadro 10. Inglés para contrato	91
Cuadro 11. Importancia del inglés.	92
Cuadro 12. Aspectos importantes para contratación.	93
Cuadro 13. Nivel de inglés.	94
Cuadro 14. Capacitación independiente.	95

COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS DEL IDIOMA INGLÉS EN LA INSERCIÓN LABORAL

CASO: TITULADOS DE TURISMO – UMSA, GESTIONES 2013 - 2015

Introducción:

El presente trabajo de investigación trata sobre las competencias lingüísticas del idioma inglés para la inserción laboral de los titulados de turismo, es en ese sentido que no se puede dejar de lado la importancia que tiene este idioma en el mundo y como profesionales en turismo las competencias lingüísticas deben ser uno de los pilares fundamentales desde la formación de pregrado. Con respecto a este tema la Organización Mundial de Turismo (OMT) señala que:

Se calcula que 375 millones de personas hablan inglés como idioma nativo y 400 millones lo hablan como segunda lengua. El idioma inglés facilita la comunicación entre personas de distintas procedencias y actúa como nexo intercultural, multiplica las oportunidades laborales y posibilita las transacciones económicas, tecnológicas y académicas del mundo”. (Ethnologue, 2015, p. 53).

En relación al habla de un idioma extranjero en nuestro país, la Ley Avelino Siñani – Elizardo Pérez reconoce que “La enseñanza de la lengua extranjera se inicia en forma gradual y obligatoria desde los primeros años de escolaridad, con metodología pertinente y personal especializado” (Ley de Educación Avelino Siñani-Elizardo Pérez 070, 2010, p.13-14).

En el presente trabajo de investigación en el capítulo 1 se hace el planteamiento del problema y se explica la relevancia de realizar el mismo.

En segundo lugar, en el capítulo 2 se desarrolla el marco teórico: referencial, legal, conceptual sobre los que se sustenta la presente investigación.

El capítulo 3 es la metodología de la investigación que explica el enfoque, tipos, diseño y métodos de investigación y el por qué se eligió ésta metodología. También se señala la muestra elegida y las técnicas e instrumentos que fueron aplicados a la misma.

En el capítulo 4 se hace el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de los instrumentos que fueron aplicados a la muestra.

El capítulo 5 es la propuesta de investigación que surge como respuesta al problema investigado, para lo cual se propone un Diplomado de inglés especializado en turismo.

Finalmente, se precisan las conclusiones y las recomendaciones correspondientes.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema:

El turismo es una actividad que tuvo su auge a mediados de los años 50', el principal motivo de viaje era la recreación y esparcimiento, es así que con el paso del tiempo muchos países reconocen su importancia principalmente en el factor económico, es de esta manera que la actividad turística empieza a desarrollarse en muchos países pero de manera desorganizada puesto que no había ninguna capacitación dirigida a los encargados de brindar los servicios a los turistas y es desde su empirismo que estas personas se encargaban de satisfacer las necesidades de los turistas en las medidas de sus posibilidades.

En los años 80`s se produce una internacionalización muy marcada de las grandes empresas hosteleras y de los tour operadores, que buscan nuevas formas de utilización del tiempo libre (parques temáticos, deporte, riesgo, salud,...) y aplican técnicas de marketing, pues el turista cada vez tiene mayor experiencia y busca nuevos productos y destinos turísticos, lo que crea una fuerte competencia entre ellos. La multimedia y las comunicaciones transforman el sector, modificando el diseño de los productos, la prestación del servicio, la comercialización del mismo de una manera más fluida. (Pulgarín, 2011, p. 72).

Si bien la actividad turística en sus inicios buscaba el descanso de las personas, la oferta turística se vio en la necesidad de diversificarse para ofrecer nuevos destinos donde el turista tenga nuevas experiencias formando parte de esas actividades. Es en este contexto que se empieza a reconocer la necesidad de organizar la actividad turística en los países y una de las maneras de hacerlo es a través de la creación de las Carreras de Turismo.

En Bolivia, las principales universidades ofrecen la Carrera de Turismo, algunas dirigidas específicamente a la prestación de servicios, otras abordando el turismo de una manera más general. A continuación se hace una comparación entre las principales universidades de la ciudad de La Paz que ofrecen la materia de inglés en su malla curricular.

La Carrera de Turismo de la UMSA ofrece 4 semestres de la materia de inglés.

La Universidad Real tiene la Carrera de Turismo y Hotelería y ofrece 6 semestres de inglés lo que equivale a 3 años de los 5 de formación.

La Universidad Central ofrece la carrera de Administración Turística, Hotelera y Gastronómica en su malla curricular ofrece 2 años de la materia de inglés.

La carrera de Turismo y Hotelería de la Universidad Privada del Valle ofrece solo 3 semestres de la materia de inglés.

La Universidad Católica Boliviana no tiene en su malla curricular la materia de inglés, aunque si deben cursar los cursos de inglés que la misma Universidad ofrece a menos que se tengan estudios en otras Instituciones reconocidas.

La Universidad Franz Tamayo no ofrece la materia de inglés en su malla curricular.

Como se puede observar aunque las principales Universidades de La Paz ya ofrecen la Carrera de Turismo, no todas optan por contar con la materia de inglés dentro de sus mallas curriculares y las que si lo hacen no lo hacen de manera transversal durante toda la Carrera sino en el mejor de los casos solo hasta 6 semestres, esto va en contraste de sus perfiles profesionales que en la mayoría de los casos reconoce la importancia del dominio del idioma inglés para la inserción laboral.

Uno de los periódicos de mayor circulación en Bolivia – Página Siete señala que:

En nuestro país el rezago de los estudiantes en el dominio del inglés y las horas asignadas a su enseñanza son irrelevantes y aunque es parte de la currículo de manera tradicional, es poco o nada lo que se logra con la carga horaria que se asigna (generalmente uno o dos periodos de 45 minutos por semana). El Ministro de Educación, Roberto Aguilar sostuvo que una de las debilidades del Estado es que existe una carencia de maestros de inglés técnico, especialmente para el ciclo de secundaria. La autoridad dijo que actualmente en el magisterio existen cerca de 2.000 docentes de idiomas y que faltaría una cifra similar de ellos para alcanzar lo que se requiere para mejorar la formación de los alumnos en inglés. (Página Siete, 2013, p.2).

En el Sistema Educativo Boliviano actual, el aprendizaje del idioma inglés es obligatorio desde séptimo grado de primaria hasta el cuarto grado de Secundaria. Sin embargo, en la Ley de educación Avelino Siñani – Elizardo Pérez N. 070 (2010), el idioma inglés debe ser impartido desde el primer grado de primaria.

Como se puede evidenciar el idioma inglés si es reconocido por su importancia desde el Estado, sin embargo la materia no es impartida de tal forma que al egresar del colegio se tenga un nivel por lo menos básico, que permitiría a los estudiantes de cualquier área poder acceder a becas, trabajos y otros.

En el caso específico de los estudiantes y profesionales de turismo pareciera que no se le da la importancia necesaria a la adquisición del idioma inglés por parte de los estudiantes, no obstante el no tener esta competencia lingüística, sobre todo a aquellos profesionales que están en contacto directo con los turistas, repercute directamente en la percepción que los turistas tienen de Bolivia como destino turístico; cómo podemos ver a continuación según el ranking de turismo del Foro Económico Mundial, (WEF, por su sigla en inglés).

Bolivia aparece en el último lugar en el trato que se da a los turistas de un total de 140 países evaluados. Le anteceden Rusia en el puesto 139 y Venezuela en el puesto 138. Según datos oficiales, Bolivia capta sólo una

pequeña porción de la demanda turística internacional. Se calcula que llegan unos 700 mil turistas al año. Bolivia es el país que peor trato brinda a sus visitantes, lo que se refleja en la baja afluencia turística aunque los atractivos con los que se cuentan figuran entre los mejores. (Foro Económico Mundial, 2013).

La Carrera de Turismo de la UMSA ofrece 4 semestres de la materia de inglés, no obstante los docentes no tienen especialidad en el área turística ya que son licenciados de Lingüística e idiomas dependientes del CETI (Centro de Enseñanza de Traducción de Idiomas). A pesar de que los programas de la materia de inglés III Y IV tienen el objetivo de desarrollar las competencias lingüísticas del estudiante en el ámbito del turismo los resultados obtenidos no han sido los esperados, debido a que los estudiantes se preocupan por materias troncales y no dan la importancia necesaria a la materia de inglés. El mal trato a los turistas podría referirse a que el prestador de servicios no puede satisfacer las necesidades de los turistas puesto que en primer lugar no puede comunicarse con él, por ende, no entiende lo que necesita y los turistas lo perciben como mal trato ya que no se puede ser parte de la actividad turística sin hablar otros idiomas que permitan comunicarnos con nuestros visitantes, por un lado se cuenta con atractivos turísticos importantes aunque la afluencia turística aún no es lo que esperamos como destino turístico, es por tal motivo que es de vital importancia capacitar a nuestros profesionales y cambiar éstas cifras que reflejan las carencias que tenemos a nivel de capacitación.

Por último, el presente trabajo de investigación quiere mostrar cuán importante es el conocimiento de un idioma extranjero mismo que debe ser impartido desde la Universidad para la posible inserción de los profesionales al mercado laboral de manera inmediata

1.2. Formulación del problema:

Una vez realizada la revisión bibliográfica del objeto de estudio el problema planteado es:

¿De qué manera la carencia de competencias lingüísticas del idioma inglés incide en la inserción laboral de los titulados de Turismo de la UMSA gestiones 2013 - 2015?

1.3. Objetivos de la investigación:

Con la presente investigación se pretenden lograr los siguientes objetivos:

1.3.1. Objetivo General:

- Determinar la importancia de las competencias lingüísticas del idioma inglés para la inserción laboral de los titulados de la Carrera de Turismo de la UMSA.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Conocer el grado de formación en inglés impartido por la Carrera de Turismo a nivel de grado.
- Identificar las competencias lingüísticas del idioma inglés que requiere el titulado de Turismo UMSA para su efectiva inserción laboral.
- Diseñar un curso de post grado a nivel de Diplomado de inglés especializado en el área turística.

1.4. Justificación de la investigación:

En cuanto se refiere al porqué de la realización del presente trabajo de investigación, en primer lugar es relevante porque está dirigido a coadyuvar a la inserción laboral de los profesionales de turismo a través del reconocimiento que se le da a las

competencias lingüísticas específicamente para éste rubro. Asimismo al proponer un diplomado de inglés especializado para turismo se da la posibilidad de seguir capacitándose a una parte de los profesionales que no se encuentran inmersos en el mercado laboral o que necesitan mejorar sus competencias lingüísticas.

Referente a la *justificación académica*, con los avances de la Educación Superior no podemos dejar de lado la capacitación por los constantes cambios que vivimos en nuestra sociedad cada vez más globalizada que requiere de trabajadores que se adapten a los cambios que se generan constantemente y en el caso específico del turismo, profesionales comprometidos en la interacción que no sólo sean capaces de trabajar desde la gestión turística sino como prestadores turísticos puedan satisfacer las demandas de los turistas para que de ésta manera la percepción que éstos tienen sobre Bolivia como destino turístico mejore y la afluencia turística se incremente. El presente trabajo de investigación propone un curso de inglés especializado en turismo el cual permitirá que los profesionales puedan aprender de manera concreta la terminología que se utiliza como prestador de servicios con docentes profesionales en Turismo que además cuenten con títulos en la enseñanza del idioma inglés.

Actualmente podemos ver la separación que aún existe entre lo aprendido en la universidad y la práctica profesional, no podemos dejar de lado como perciben los profesionales de turismo su posicionamiento en el mercado laboral cuando no se cuentan con todas las capacidades requeridas y lo propuesto en este trabajo de investigación es que los estudiantes desde pregrado estén conscientes de la importancia que tiene hablar otros idiomas.

La enseñanza del idioma inglés de la Carrera de Turismo debe ser reestructurada tanto en sus contenidos como en la parte docente para que los futuros profesionales logren la competencia lingüística sin la necesidad de hacer gastos extras para estudiar en otras instituciones como actualmente ocurre, lo que implica una inversión de tiempo y dinero.

En la actualidad el idioma inglés es considerado como el idioma universal más utilizado en el mundo de los negocios. Es en este sentido imprescindible que los profesionales en turismo hablen inglés, puesto que en este sector se está en contacto directo con personas de todas partes del mundo.

Originalidad: Aunque existen trabajos de investigación sobre la inserción laboral de los profesionales en turismo, el enfoque que se le da desde la importancia de las competencias lingüísticas del idioma inglés hace de este trabajo una investigación novedosa en nuestro contexto puesto que la Carrera de Turismo ya está acreditada y debe seguir en busca de la mejora educativa para los estudiantes.

1.5. Delimitación:

La investigación se localiza en el ámbito urbano de la ciudad de La Paz, ya que se consideró a los titulados en Turismo que trabajan en empresas de turismo de ésta urbe, así como a la Carrera de Turismo de la UMSA.

La delimitación temporal comprende las gestiones 2013 al 2015, ya que fueron estudiados los titulados de turismo de la UMSA de esas gestiones.

1.6. Alcances de la investigación:

El alcance teórico del presente trabajo de investigación son los resultados que se obtengan, puesto que pueden ser utilizados para futuras investigaciones que se realicen a cerca de la incidencia del idioma inglés para profesionales en turismo.

En cuanto al alcance geográfico es la Carrera de Turismo de la UMSA, en donde se realizará la capacitación a nivel de post grado a través del Diplomado en inglés especializado para profesionales en Turismo.

1.7. Hipótesis:

1.7.1. Hipótesis Válida:

La carencia de competencias lingüísticas del idioma inglés inciden de negativamente en la inserción laboral de los titulados de Turismo de la UMSA.

1.7.2. Hipótesis Nula:

La carencia de competencias lingüísticas del idioma inglés incide de manera positiva en la inserción laboral de los titulados de Turismo de la UMSA.

1.8. Definición de variables:

Variable independiente: Competencias lingüísticas del idioma inglés.

Variable dependiente: Inserción laboral.

1.9. Operacionalización de variables:

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	NIVEL DE MEDICIÓN
Competencia lingüística	Las competencias están relacionadas con el Saber hacer. Es un conjunto de habilidades y destrezas que integran el conocimiento, comprensión, análisis, síntesis, valoración y expresión de mensajes orales y escritos adecuados a las diferentes intenciones comunicativas, para responder a las situaciones de diversa naturaleza en diferentes tipos de entorno. Para Chomsky, la competencia lingüística es la capacidad que tiene todo ser humano de poder hablar y crear mensajes que nunca antes había oído. Se centra en las operaciones gramaticales que tiene interiorizadas el individuo y se activan según se desarrolle su capacidad coloquial.	Comprensión oral	Comprende instrucciones. Resumen del contenido del texto.
		Comprensión escrita	Identifica el sentido de textos escritos. Utiliza estrategias para comprender los textos escritos.
		Expresión oral.	Transmisión de ideas. Se expresa con libertad y seguridad.
		Expresión escrita.	Utiliza adecuadamente los signos de puntuación. Escribe secuencialmente sus ideas.
		Interacción oral.	Comprende la interacción de los demás. Puede mantener una conversación fluida. Expresa sus ideas claramente

INDICADORES	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	VARIABLE
Inserción laboral	Es una acción que tendrá como misión primordial incorporar al mercado laboral a aquellas personas que se hallan en una situación de exclusión. La inserción laboral es un proceso integral en el que intervienen distintos factores para su realización, desde las personas y las oportunidades que ofrece el mercado laboral originándose un encuentro efectivo entre la empleabilidad y ocupabilidad, Bisquerra (1992)	Situación laboral	El titulado desempeña eficientemente funciones en su área.
			El titulado considera que sus funciones están de acuerdo a su formación profesional.
		Estabilidad laboral	Se tiene un contrato firmado con la empresa.
			Percibe beneficios sociales.
			El titulado está conforme con los ingresos que percibe de acuerdo a sus funciones

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte:

Título de la Investigación	Importancia del inglés, como segunda lengua, en la inserción laboral del alumno de Ciclos Formativos.	
Institución	Universidad de Almería.	
Grado	Maestría	
Justificación	<p>Desde una óptica laboral, la libre circulación constituye un elemento necesario e imprescindible, pero no único, para la construcción de una sociedad que sitúa en el vértice de sus prioridades el progreso social y el bienestar económico de todos.</p> <p>Las causas justificativas de esta débil movilidad son de una notable variedad, destacando las barreras culturales y lingüísticas junto a las diferencias regionales de renta.</p>	
Autor	José Maria López Guillén	
Tipo de investigación	Cualitativa	Año: 2015
Problema	<p>La relación entre formación y empleo es casi por naturaleza problemática</p> <p>Las necesidades de formación deben definirse en términos de calidad</p>	
Pregunta de Investigación	¿Por qué se deja de lado el inglés o el aprendizaje de otro idioma en los ciclos formativos?	
Objetivos:	<p>Demostrar la necesidad de incluir en los currículos de todos los ciclos medios y superiores de formación profesional un módulo de inglés que dote al alumno de unas competencias lingüísticas que faciliten su inserción laboral en otros países, fundamentalmente de la U.E.</p>	

Resultados	La introducción de 64 horas de Inglés Técnico no parece traumática ni que altere en gran medida la programación, además se trata de un módulo orientado al uso del inglés aplicado a la titulación escogida por el alumno, lo que hace que sea más atractivo al tener una relación directa con los conocimientos a adquirir.
Conclusiones	Demostrar la necesidad de incorporar a los currículos de los ciclos formativos de grado medio y superior un módulo de inglés. Para ello hemos analizado el entorno y el contexto actual en que se haya nuestro país, que azotado por la crisis puede ofrecer una nueva salida a los profesionales que obtengan una titulación en formación profesional ya que existen los programas y la voluntad a nivel europeo de generar un espacio de libre circulación de trabajadores cualificados, para ello hemos visto algún ejemplo de oferta de empleo y los diversos programas elaborados para facilitar a todos los interesados su participación.

Análisis:

La tesis muestra la importancia que tiene el hablar inglés para insertarse al mercado laboral y plantea que se debe dar desde la Universidad cursos de inglés ya que se reconoce al turismo como un rubro con el que se pueda hacer la lucha contra la pobreza. También plantea la necesidad de la cualificación de los recursos humanos, es decir, que los profesionales deben contar con el idioma inglés como parte de sus competencias profesionales.

Título de la Investigación	Estrategias de superación del idioma inglés a los prestadores turísticos.	
Institución	Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos.	
Nivel	Maestría	
Justificación	<p>El aporte teórico radica en una concepción teórica donde se develan las relaciones que fundamentan la estrategia de enseñanza-aprendizaje del idioma inglés en los prestadores turísticos. El aporte práctico se precisa en la metodología, sustentada en una concepción teórica dirigida al desarrollo de capacitaciones que es factible de llevarse a la práctica dirigida a las personas que están inmersas en las actividades turísticas para potenciar la comunicación con los turistas de habla inglesa. El impacto social de la investigación radica en que se favorecen todas las personas que se dedican a la actividad turísticas para que puedan desempeñar mejor su labor y comunicación con los turistas extranjeros.</p> <p>La novedad científica está en el hecho de revelar un proceso de capacitación dirigida a los prestadores turísticos con enfoque enseñanza-aprendizaje del idioma inglés que emerge un sistema de relaciones dialécticas que expresan una estrategia de la transformación objetar que en este proceso se produce.</p>	
Autor	Marianela San Lucas Marcillo José Oswaldo Tigua Anzules	
Tipo de investigación	Cuantitativa	Año: 2015

Problema	<p>La relación entre formación y empleo es casi por naturaleza problemática</p> <p>Las necesidades de formación deben definirse en términos de calidad</p>
Pregunta de Investigación	<p>¿Por qué se deja de lado el inglés o el aprendizaje de otro idioma en los ciclos formativos?</p>
Objetivos:	<p>Diseñar una estrategia de superación del idioma inglés en los prestadores turísticos.</p> <p>Determinar las principales tendencias en el proceso de capacitaciones de los prestadores turísticos.</p> <p>Caracterizar los elementos teóricos relacionados con el aprendizaje del idioma inglés como medio de comunicación en el ámbito turístico.</p> <p>Diagnosticar el estado actual del turismo en el Ecuador enfocado en el dominio del idioma inglés.</p> <p>Fundamentar en orden teórico la estrategia de superación basada en el idioma inglés dirigido a los prestadores turísticos.</p> <p>Elaborar una estrategia basada en capacitaciones que impulsen la superación laboral en los prestadores turísticos.</p>
Hipótesis	<p>La elaboración de una estrategia de superación de enseñanza dirigida a los prestadores turísticos entonces se puede perfeccionar la interacción con el turista o su desempeño en la actividad turística así lograr un resultado positivo en su aprendizaje.</p>
Resultados	<p>Crear capacitaciones que estén relacionados entre el inglés y el turismo que orienten el desarrollo en la zona sur manabita.</p> <p>Los prestadores turísticos consideren al inglés como un</p>

	<p>idioma de comunicación internacional y esto les permitirá abrirse espacios en el mercado laboral.</p> <p>Esta responsabilidad obliga a los prestadores turísticos a la formulación de esquemas de trabajo para alcanzar elevados niveles en el manejo del idioma inglés.</p> <p>Los Prestadores turísticos coinciden en que se deben realizar cambios en los tipos de capacitaciones comenzando con la enseñanza del idioma inglés y que los métodos interactivos sean extraídos y aplicados a la realidad turística.</p>
<p>Conclusiones</p>	<p>Una falencia total en la habilidad del inglés es que no hay lugares o cursos donde enseñen este idioma y así poderse comunicarse más fácil con el turista.</p> <p>En la investigación realizada los prestadores turísticos manifestaron que no tienen la habilidad para leer textos en el idioma inglés interpretando sus contenidos y al mismo tiempo realizar diálogos entre ellos; es decir, que como prestadores todavía a la mayoría les afecta en poder comunicarse con el extranjero.</p>

Análisis

La tesis muestra la importancia de poseer adecuadas competencias para ser prestadores de servicios en pro de potenciar la comunicación con los turistas.

Se muestra cuál es la problemática al trabajar en el área turística sin contar con competencias lingüísticas.

En su pregunta de investigación se plantea por qué las universidades dejan de lado la enseñanza del inglés teniendo en cuenta que ésta competencia es indispensable para acceder al mercado laboral.

Título de la Investigación	El inglés en el sector hotelero y de las agencias de viaje: un estudio de la opinión de los alumnos de Grado en Turismo y de los profesionales del ámbito.	
Institución	Universidad de Valladolid. Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.	
Grado	Maestría	
Justificación	La evidente importancia de este idioma la podemos ver reflejada en los muchos ámbitos en los que repercute: científico, de negocios, social, comunicativo, desarrollo de las TIC, nuevas tendencias, política, educación y formación, desarrollo, finanzas, marketing, calidad, etc. La calidad de los servicios turísticos va a depender en gran medida de la formación de idiomas de los futuros profesionales de turismo: por ende, es esencial concienciar a la población de la gran importancia que supone un buen aprendizaje de la lengua inglesa y tomar medidas que supongan una mayor disciplina en el ámbito idiomático. De esta manera, podríamos evolucionar hacia una sociedad más moderna e innovadora, productiva y eficiente.	
Autor	Beatriz Gaitero Graells	
Tipo de investigación	Cuantitativa	Año: 2016
Problema	Nos encontramos ante un sector en constante cambio y evolución en el que el desarrollo de las nuevas tecnologías ha marcado y va a seguir marcando una gran diferencia en el sector turístico en los próximos años	

Objetivos:	Subrayar la repercusión que el aprendizaje del inglés tiene para el futuro laboral del profesional de esta industria, enfocado todo ello en el ámbito de las agencias de viaje.
Resultados	Los resultados nos revelan que los estudiantes de turismo son conscientes de los elementos que conforman el proceso de enseñanza y aprendizaje del inglés y que, además, son capaces de valorar y graduar la utilidad y el valor de los elementos sugeridos en el cuestionario. Consideran primordial el uso del inglés para los futuros profesionales de turismo. Además, no consideran suficientes los conocimientos aportados en el Grado en Turismo, por eso la mayoría de ellos busca clases extracurriculares. Por otro lado, los alumnos demandan más clases prácticas y menos teóricas para poder mejorar sus capacidades orales.
Conclusiones	El inglés, a nuestro parecer, se establece como lengua “casi obligatoria” ya que, aplicado al ámbito turístico, actúa como un lenguaje universal de referencia. Consideramos que el nivel de inglés en España está por debajo de muchos países, por lo que es necesaria una mejora del mismo para obtener una mayor calidad en los servicios turísticos y, como consecuencia, una mayor rentabilidad económica. Después de planteamientos teóricos, percibimos que el sector turístico es un sector clave en la economía española y se trata de un sector en constante crecimiento. Por esos motivos actualmente el dominio del inglés es un factor clave en la evolución turística española que permitirá a las empresas obtener una posición más competitiva en el mercado.

Análisis

En ésta tesis se hace la investigación desde el punto de vista de los profesionales en turismo, en el caso específico de las agencias de viajes y señala que es imprescindible contar con competencias profesionales, pero el dominar una lengua extranjera es imprescindible, ya que es una lengua mundialmente aceptada para la comunicación entre diferentes culturas.

Título de la Investigación	Estudio de mercado laboral: Análisis de la situación laboral del profesional en Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés.	
Institución	Universidad Mayor de San Andrés	
Grado	Licenciatura	
Justificación	La importancia del presente estudio es para conocer en qué medida se encuentra cubierta la expectativa de los educandos y educadores de la carrera, respecto al propio perfil al que apuntan ambos estamentos con relación al mercado laboral, y de este modo poder contrastar en apartados posteriores con las necesidades que requiere el mercado vista desde la óptica de los profesionales titulados y egresados que se encuentran trabajando o emprendiendo algún negocio turístico.	
Autor	Julio Yobany Rojas Anco	
Tipo de investigación	Cualitativa	Año: 2011
Problema	Situación laboral de los profesionales en turismo titulados y egresados de la UMSA, en relación al promedio laboral nacional?	

Pregunta de Investigación	Qué situación laboral confrontan los profesionales en turismo titulados y egresados de la UMSA, en relación al promedio laboral nacional?
Objetivos:	<p>Conocer en qué condiciones laborales socioeconómicas se desenvuelve el profesional Titulado y Estudiante Egresado de la Carrera de Turismo de la UMSA de La Paz.</p> <p>Conocer la principal tasa de desempleo en turismo y cuáles serán sus principales motivos.</p> <p>Determinar en qué medida los nuevos profesionales formados en la Carrera de Turismo aportan al desarrollo del turismo y a las mejoras de las condiciones laborales en nuestro país.</p> <p>Conocer en que rubro del turismo se encuentran las mejores remuneraciones y beneficios sociales.</p> <p>Determinar los rubros con mayor estabilidad en cuanto a temporalidad del trabajo en turismo.</p>
Resultados	Los resultados muestran que el perfil profesional se adecúa totalmente en un porcentaje un tanto mayor al 30% y en un porcentaje que duplica el primero se encuentran los que opinan que el perfil profesional se adecua parcialmente, es decir, que aún se requieren efectuar algunos cambios.
Conclusiones	<p>Para llegar a los resultados se han encontrado diversas dificultades, principalmente por la carencia de información primaria, tanto en datos de la oferta como de la demanda.</p> <p>En la gestión 2011 se han matriculado 1458 estudiantes, de los cuales 124 son nuevos, 678 son regulares y 656 son egresados. Aún existe una brecha entre la preparación académica y las necesidades del mercado laboral, que deben ser tratadas y estudiadas.</p>

Análisis

La tesis plantea la diferencia entre el perfil profesional, las expectativas de los estudiantes y las necesidades del mercado laboral. Se debe analizar la importancia de contar con profesionales que satisfagan las necesidades de los empleadores sobretodo del sector privado ya que en el sector público los puestos ofrecidos son insuficientes.

2.2. Marco conceptual y teórico:

2.2.1. Definición de turismo:

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman.

El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. (Mathieson, 1982, p. 86).

El turismo al ser una actividad de recreación tiene ciertas restricciones que debe cumplir como ser que el desplazamiento debe ser por un periodo mayor a 24 horas pero menor a un año y no debe tener fines de lucro, es decir, no debe realizarse actividades remuneradas, el incumplimiento de una de estas hace que ya no se considere el desplazamiento como turístico. “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio y otros”. (Organización Mundial del Turismo, 1994, p. 3).

La actividad turística si bien nació en Europa con el desplazamiento de personas adineradas a destinos de sol y playa hoy en día las expectativas que tienen los turistas son muy diversas puesto que ya no solo se busca conocer nuevos destinos turísticos sino que se busca tener nuevas experiencias, es decir, ser parte del lugar visitado a

través de la realización de diferentes actividades culturales, naturales, de aventura y otros.

El turismo dada su importancia y su efecto multiplicador ha sido reconocido por varios países en vías de desarrollo como la solución para la salida de la pobreza ya que en lo económico se perciben divisas que son redistribuidas en los destinos visitados entre los servicios de la planta turística (estructura turística) que es la combinación de bienes y servicios destinada a la satisfacción de las necesidades del turista en el destino elegido, se refiere a: Transporte, alojamiento, alimentación y recreación principalmente. En lo cultural ayuda a la revalorización de las culturas y sus tradiciones, ya que gracias al turismo una de las principales actividades turísticas es la de convivir con personas del lugar y experimentar sus costumbres.

En lo ambiental ayuda a la preservación de sitios naturales puesto que también existe una mayor concientización por visitar lugares donde se pueda estar en contacto con la naturaleza.

2.2.2. Concepto de educación:

La educación es la facilitación de conocimientos a través de la transmisión, así como la adquisición y aprendizaje de competencias para la integración de los ciudadanos a la sociedad. Existen diferentes etapas de educación primero se aprende del entorno a lo que se denomina educación no formal aunque en esta etapa se da la manifestación suprema de la cultura ya que es donde el individuo adquiere las costumbres y tradiciones. La educación es el proceso por el que se adquieren competencias, habilidades y se promueve el desarrollo personal esto con la finalidad de que el individuo pueda integrarse a la sociedad.

Conocimientos, habilidades, valores, creencias y hábitos de un grupo de personas que los transfieren a otras personas, a través de la narración de cuentos, la discusión, la enseñanza, la formación o la investigación. La educación no solo se produce a través de la palabra, pues está presente en

todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes. Generalmente, la educación se lleva a cabo bajo la dirección de los educadores ("profesores"), pero los estudiantes también pueden educarse a sí mismos en un proceso llamado aprendizaje autodidacta. (Dewey, 1944, p. 44).

La educación varía de acuerdo a las etapas, primero se da una educación no formal donde el individuo recibe la información de su grupo social cercano, la educación formal son los procesos de enseñanza y aprendizaje que se dan en centros educativos como escuelas, colegios, universidades, donde el aprendizaje es estructurado según las etapas. Por tanto, la educación es la transferencia de conocimientos, costumbres y valores, es un proceso continuo de desarrollo físico y mental para integrarse a la sociedad.

2.2.3. Educación superior en turismo:

En muchos países el turismo ha crecido de forma desorganizada lo cual ha repercutido de forma negativa en los destinos visitados pero ya conscientes del efecto multiplicador del turismo es imprescindible educar en turismo de forma tal que la sociedad en su conjunto pueda entender el concepto de sostenibilidad la misma que se entiende como la manera adecuada de utilizar los recursos limitados de los destinos turísticos receptores para que puedan ser aprovechados por las nuevas generaciones.

La educación es considerada un derecho universal para el ser humano, en el Congreso Mundial de la UNESCO sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible celebrado en Bonn Alemania entre el 31 de marzo y el 2 abril, 2009, se define que: "...para conseguir un turismo sostenible es imprescindible contar con una educación sostenible y considerar como principio la reciprocidad en las relaciones de la educación en el turismo y el turismo en la educación". (Conferencia Mundial de la UNESCO, 2009, p. 4).

Lo que se plantea es que aunque se reconoce las bondades del turismo como una alternativa para la lucha contra la pobreza especialmente para los países en vías de

desarrollo, se debe estructurar, educar a los actores turísticos de forma tal que sea una experiencia de la cual se perciban los beneficios que repercutirán en lo social, económico, político y cultural.

Se debe educar en turismo para mejorar la calidad en la prestación de servicios puesto que las concepciones de turismo indican que es necesario capacitar en turismo para hacer a las personas aptas en el desempeño de sus funciones, es decir, atender a los turistas de manera adecuada e interpretar sus necesidades para que su experiencia en el lugar visitado sea positivo.

Tratándose de educación en turismo, es perceptible que su relevancia aún no sea tan destacada como en otras esferas del conocimiento por ser éste un campo relativamente nuevo. A pesar de eso, el ritmo del crecimiento de la educación en turismo en instituciones de enseñanza superior (universidades) del mundo es cada vez más mayor, debido a la importancia que se le atribuye al turismo para el desarrollo económico de las regiones en las últimas décadas. (Jafari, 2005, p. 21).

La incorporación del tema turismo en la educación superior se ha realizado bajo tres enfoques:

1. La educación superior teórica en el turismo.
2. El turismo como actividad práctica educativa.
3. La integración de la educación turística en beneficio a todos los sectores de la sociedad para el desarrollo sostenible (Rebelo, 1999, p. 87).

El mayor desafío al que se enfrenta la educación superior en turismo es el de alcanzar un nivel de calidad el mismo que sea capaz de formar profesionales calificados para el mercado laboral del área. Para comprender a qué se refiere la calidad de la educación superior se adopta la definición presentada en la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI, que la interpreta como:

Un atributo pluridimensional que debe cubrir todas las funciones de las actividades de la enseñanza y de los programas académicos adaptados a las circunstancias del mercado laboral, de la investigación y del fomento de la ciencia. La calidad de la educación superior refiere a contar con profesores calificados para la enseñanza, infraestructura, instalaciones y equipamientos adecuados, así como también servicios de extensión comprometidos con el desarrollo de la comunidad”. (Conferencia Mundial sobre la Educación Superior, 1998, p. 7)

Considerando a la formación profesional como una esfera dentro la educación y la profesionalización del individuo, la Organización Mundial del Turismo (OMT) destaca la capacidad de transferencia de habilidades a los individuos facilitando el desenvolvimiento en sus funciones:

La educación para el turismo mira más allá del nivel individual e intenta ofrecer una perspectiva global de lo que constituye una perspectiva específica de un sector. El concepto clave es la provisión de transferencia de las habilidades básicas tales como: la habilidad analítica, la habilidad de la comunicación escrita y verbal, y el liderazgo, que deberían desarrollarse y aplicarse en diferentes contextos”. (OMT, 1997, p. 11).

En otras palabras, la educación superior en turismo debe dejar en el estudiante universitario la capacidad de innovar y ser productivo. (Ansarah, 2000, p. 39).

De acuerdo con (Fayos - Solá) los resultados inmediatos de un licenciado formado bajo una educación superior en turismo con calidad, se traducen en un mejor desempeño de la actividad turística productiva en su conjunto y, consecuentemente, del macro-entorno. Los profesionales con una buena base de aprendizaje y práctica alcanzan un nivel de madurez profesional más rápidamente, son capaces de comunicarse mejor, ganar aptitudes y contar con mejores iniciativas para resolver problemas y trabajar en equipo. Adquieren también, la capacidad de desarrollar técnicas para obtener información objetiva y tomar decisiones autónomamente. Esos

profesionales están prestos a aceptar cambios y a encarar imprevistos causados por factores endógenos y/o exógenos al ambiente de trabajo.

Con todo, los profesionales receptores de un buen nivel de enseñanza superior son capaces de adaptarse a las fluctuantes condiciones de los mercados y tecnologías.

Debido a los contantes cambios en cuanto a la tecnología y a la globalización el profesional en turismo debe capacitarse constantemente para saber cuáles son las últimas tendencias en viajes y cuáles son las necesidades que los turistas buscan en los destinos a visitar, no obstante un punto imprescindible para captar nuevos mercados es el dominar idiomas pero básicamente el inglés que es el idioma aceptado universalmente en todos los países del mundo el mismo que facilita la comunicación entre diversas culturas.

2.2.4. Educación en turismo:

Actualmente el concepto de educación ha cambiado, ya no se la entiende como el simple hecho de transferir conocimientos para que estos puedan ser reproducidos de manera automática y mecánica. Hoy la educación involucra la adquisición de conocimientos y competencias para que el ser humano tenga un aprendizaje significativo puesto que al aprender genera sus propias acepciones del conocimiento y puede interpretarlo según su contexto. En el libro "Marketing de servicios turísticos" señala que:

Dentro de los factores más significativos para el fortalecimiento del potencial competitivo de las empresas de turismo están la idoneidad, la aptitud en el manejo de los negocios, la responsabilidad, el profesionalismo y el espíritu de servicio. Todos estos factores llegan a conformar un sistema, es decir, que es más que la suma de estos. La falta de uno de ellos le resta valor a los demás, disminuyendo la calidad del servicio". (Przybylski, 1995, p. 48).

No obstante, en un país como Bolivia que está contantemente convulsionado por conflictos sociales y que además no cuenta con la planta turística deseada en muchos de los principales destinos turísticos no podemos además darnos el lujo de rezagarnos en cuanto al servicio que ofrecemos, es decir, perder la demanda turística que tenemos fruto del rebalse de países como Chile y Perú principalmente debido a que los encargados de ofertar los paquetes turísticos no hablen el idioma inglés, puesto que son ellos los que están en contacto directo con el turista y quienes deben ser capaces de prestar la atención requerida en cuanto a las necesidades y expectativas que se tienen por parte de los mismos.

2.2.5. Concepto de competencia:

La competencia es el conjunto de conocimientos (saber); destrezas y habilidades (saber hacer) con las que el individuo aprende y adquiere en un contexto natural, institucional y profesional. A continuación se detallará algunos conceptos de competencias de algunos autores como Bogoya (1999) quien señala que:

La competencia es vista como una potencialidad o una capacidad para poner en escena una situación problemática y resolverla, para explicar, dar solución y para controlar y posicionarse en ésta. Cada competencia tiene que ver con la capacidad de construir y comparar textos, de efectuar operaciones, de medir y de integrar datos y cantidades numéricas en un contexto. (Bogoya, 1999, p. 14).

Por tanto entendemos que una competencia es el conjunto de conocimientos, destrezas y habilidades puesto que los conocimientos (saber) deben ser demostrados (saber hacer) a través de la solución de problemas.

Es la capacidad que se consigue por la movilización combinada e interrelacionada de conocimientos, habilidades, actitudes, valores, motivaciones y destrezas, además de ciertas disposiciones para aprender y saber.

Así también el psicólogo e investigador Howard Gardner las competencias son:

Saber – Hacer en un contexto socio cultural específico, en donde el Ser Humano es capaz de resolver problemas reales (no hipotéticos) y elaborar productos (tangibles o intangibles) que son importantes para él o para una comunidad determinada. Señala como características de las competencias: Las competencias no son observables directamente; hay que inferirlas a través de desempeños – acciones – indicadores.

El nivel de desarrollo de las competencias se avalúa en campos como: lo social, lo cognitivo, lo ético, lo estético, lo cultural, lo deportivo, etc.

Las competencias son las mismas para todos los grados o niveles; lo que varía es su nivel de complejidad según el avance en el desarrollo de los estudiantes.

Todos los componentes deben desarrollarse. Los conocimientos y los desempeños son los más fáciles de identificar y de modificar; los valores, las actitudes y la motivación son los más complejos de formar y modificar.

Todas las competencias pueden desarrollarse. Pero no todas pueden desarrollarse al máximo en un mismo Ser Humano. (Gardner, 1993, p. 98-99).

Es en éste sentido que podemos definir las competencias como la suma de conocimientos teóricos y las habilidades prácticas que el sujeto aprendiz utiliza de acuerdo a las actividades que realiza y el entorno en el que se desenvuelve.

Otro autor define a las competencias como:

La suma de conocimientos de saber hacer o saber estar o como la “aplicación” de conocimientos teóricos o prácticos y nos recuerda que la competencia no es un conglomerado de conocimientos fragmentados, no está hecha de migajas de saber hacer, sino que es un saber combinatorio y que no

se transmite sino que el centro de la competencia es el sujeto-aprendiz que construye la competencia a partir de la secuencia de las actividades de aprendizaje que movilizan múltiples conocimientos especializados. (Le Boterf, 2000, p. 94).

El proyecto CHEERS (Career after Higher Education: an European Research Study) (1998) por sus siglas en inglés, a finales de 1998 y principios de 1999, estudió a 37,000 graduados universitarios de 11 países europeos, quienes aportaron información sobre sus experiencias en la educación superior y la transición al mercado laboral, esta información se obtuvo a través de un cuestionario. Este Proyecto fue el mayor análisis comparativo pionero en temas relacionados con el empleo y las condiciones laborales de los egresados universitarios, así como los vínculos entre la educación superior y la transición al mercado laboral, analizando especialmente las competencias de los egresados. *Adaptación de encuesta CHEERS* (Teichler, 2004, p. 19).

El concepto de competencia nació en el campo de la lingüística que realizó Noam Chomsky pero que luego fue adoptado por la psicología para poder explicarlo desde el funcionamiento de la mente.

El mundo actual exige empresas altamente competitivas que reconozca en las personas la importancia de su formación permanente; es así como el concepto de competencias ingresa al mundo empresarial donde se le concibe como una estrategia que se apoya fundamentalmente en el análisis de tareas, para establecer las etapas puntuales en las que se debe formar un operativo en la adquisición de las habilidades que le permitan un desempeño eficiente en su labor. (Díaz Barriga, 2006, p. 111).

En ésta investigación podemos reconocer la importancia del dominio de lenguas extranjeras y no solo para el área del turismo sino también es importante para la inserción laboral en su conjunto pues se reconoce que debido a la globalización el personal cada vez debe estar mejor capacitado.

Según González y Waenaar del Proyecto Tuning se puede definir a las competencias genéricas como aquellas que forman parte del perfil profesional y en la formación universitaria tales como: capacidad de análisis y síntesis, capacidad de organización y planificación, conocimientos generales básicos de las profesión y de aplicar esos conocimientos en la práctica. (González, 2004, p. 151-164).

Es por ésta razón que se considera que las Universidades no sólo deben garantizar el conocimiento académico sino que deben hacer convenios con empresas e instituciones para garantizar las prácticas profesionales, que es donde se podrá observar tanto los conocimientos y las competencias de los futuros profesionales.

Otros conceptos de competencias son: “Ser competente en un ámbito determinado es tener los conocimientos necesarios para desenvolverse en ese ámbito y ser capaz de utilizarlos actuando con eficacia en el desarrollo de actividades y tareas relacionadas con él” (Coll, 2007, p. 73).

En cuanto a este último concepto se puede indicar que cuando un individuo se inserta al mercado laboral se le designa tareas específicas mediante la cual deberá demostrar lo aprendido, sin embargo, esos conocimientos deben estar acompañados de las competencias que están inmersas en dichas actividades de manera implícita.

Según Rogers (2004) en el ámbito educativo las competencias se desarrollan dentro del enfoque constructivista, ya que se entiende que el conocimiento es fruto de la actividad del sujeto en su contexto y lo denominan “Pedagogía de la integración”, ya que se trata de transferir, articular y combinar los aprendizajes sobre el saber, saber hacer y saber ser a la solución de situaciones funcionales complejas. Las dimensiones son:

Dimensión constructivista. El estudiante construye su conocimiento a partir de lo que sabe y establece una relación dialéctica entre los antiguos y nuevos aprendizajes.

Dimensión social. Se trata de los aspectos relacionados con la organización de las interacciones sociales con los demás alumnos, el profesorado y las actividades de enseñanza que se realizan bajo el control del docente.

Dimensión interactiva. Se trata de los aspectos relacionados con la organización del saber escolar, adaptando las situaciones de interacción con el medio físico y social, de acuerdo con las características del objeto de aprendizaje. Dicho de otra manera, lo que determina el aprendizaje no son los contenidos disciplinares, sino las situaciones en las que el alumno o alumna utiliza los saberes para resolver la tarea. (Roegiers, 2004, p. 105).

En este sentido podemos resumir que las competencias son un conjunto de capacidades a través de las cuales un individuo puede desenvolverse en su entorno laboral y solucionar los problemas que surgen.

En cuanto a la educación superior, Sergio Tobón (2006) impulso una formación basada en competencias desde el pensamiento complejo, parte de la premisa de que las competencias son procesos complejos de desempeño ante problemas con idoneidad y compromiso ético y se enmarcan en la formación integral, sustentados en las teorías del pensamiento complejo, de la quinta disciplina, del desarrollo a escala humana y del aprender a aprender.

Procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto, con responsabilidad. *Procesos:* Articulación de elementos y recursos para alcanzar el fin propuesto. Las competencias son dinámicas, y tienen determinados fines. *Complejos:* Multidimensional y a la evolución (orden-desorden-reorganización). Las competencias son procesos complejos porque implican la articulación de diversas dimensiones humanas. *Desempeño:* Realización de actividades o en el análisis y resolución de problemas, implicando la articulación de la dimensión cognoscitiva, con la dimensión actitudinal y la dimensión del hacer. *Idoneidad:* Realizar actividades o resolver los problemas cumpliendo con indicadores de eficacia, eficiencia, efectividad, pertinencia y apropiación establecidos para el efecto.

Contextos: constituyen todo el campo disciplinar, puede ser educativo, social, laboral o científico, entre otros. *Responsabilidad:* se refiere a analizar antes de actuar las consecuencias de los propios actos, buscando corregir pronto los posibles errores. (Tobón, p. 56).

El principio en las competencias es entonces que no puede haber idoneidad sin responsabilidad personal y social.

2.2.6. Competencia lingüística:

En lo que se refiere al concepto de competencia lingüística también denominada como competencia gramatical, puede ser definida como el conjunto de conocimientos de un idioma del cual se puede construir una cantidad ilimitada de oraciones en las cuales se debe reproducir los conocimientos en cuanto al léxico, sintaxis y la fonología, es decir, es el conocimiento de un sujeto sobre su propia o una segunda lengua.

El concepto de competencia gramatical fue propuesto por N. Chomsky en la obra Estructuras sintácticas (1957), y constituye un concepto fundamental en la tradición de la llamada Gramática Generativa, que se propone como fin último hacer explícito el conocimiento implícito sobre la propia lengua que tienen los hablantes.

La teoría lingüística se centra principalmente en el hablante-oyente ideal de una comunidad de habla completamente homogénea que conoce su lengua perfectamente y al que no le afectan condiciones irrelevantes a nivel gramatical como las limitaciones de memoria, las distracciones, los cambios de atención y de interés y los errores al aplicar su conocimiento de la lengua a la actuación real. (Chomsky, 1965, p. 80).

Por otro lado M. Canale (1980) fue uno de los primeros autores en hacer una relación entre el concepto de competencia comunicativa definido por Hymes con la enseñanza de segundas lenguas y en analizar los componentes que la integran, a saber: la competencia gramatical, la competencia discursiva, la competencia sociolingüística y

la competencia estratégica. Señala que la competencia lingüística “Se centra directamente en el conocimiento y la habilidad requeridos para emprender y expresar adecuadamente el sentido literal de las expresiones”. (Canale, 1980, p. 56-61).

Según la autora Laura Frade Rubio es el “Conjunto de habilidades y destrezas que integran el conocimiento, comprensión, análisis, síntesis, valoración y expresión de mensajes orales y escritos adecuados a las diferentes intenciones comunicativas, para responder de forma apropiada a situaciones de diversa naturaleza en diferentes tipos de entorno”. (Rubio, 2012, p. 43).

Para Howard Gardner “la competencia lingüística es la inteligencia que parece compartida de manera más universal en toda la especie humana. Considera que las médulas de tal tipo de inteligencia son la fonología y la sintaxis, mientras que la semántica y la pragmática se relacionan más con la inteligencia lógica-matemática y la inteligencia interpersonal. Define pues la competencia lingüística como aquella que permite procesar información de un sistema de símbolos para reconocer la validez fonológica, sintáctica o semántica en un acto de significación de esa lengua”. (Gardner, 1993, p. 93).

Para Chomsky, “es la capacidad que tiene todo ser humano de manera innata de poder hablar y crear mensajes que nunca antes había oído”. (Chomsky, 1965, p. 68).

Esta competencia se centra en las operaciones gramaticales que tiene interiorizadas el individuo y se activan según se desarrolle su capacidad coloquial. Es decir, el lenguaje nace desde dentro del individuo y no desde lo social como sostenía Saussure los ámbitos de la competencia lingüística son:

Competencia lectora: el fomento de la lectura en el aula debe ser algo primordial, a través de la lectura el individuo comprende y se relaciona en la sociedad. La mayor parte de las cosas que sabemos, las aprendemos a través de los libros.

Competencia para hablar y escuchar: son dos conceptos imprescindibles en nuestra sociedad, debemos escuchar y comprender, el ser humano necesita hablar para comunicarse, para relacionarse y transmitir mensajes a través de su lengua. Los alumnos deben aprender a comprender lo que escuchan y a expresarse correctamente para poder llegar a establecer una buena comunicación.

Competencia en composición de textos: habilidad para componer distintos textos de carácter escrito, transmitiendo un conocimiento o satisfaciendo las necesidades personales y participando en la vida social.

Competencia plurilingüe y pluricultural: en la última década ha habido un aumento considerable de la diversidad lingüística, hoy en día en una misma aula pueden existir varias culturas, esto no debe ser un obstáculo para la enseñanza-aprendizaje, sino una oportunidad para enriquecerse y conocer otras culturas y otras lenguas. (Chomsky, 1965, p. 116-117).

Ahora bien, según Coseriu, distingue tres grados:

Saber hablar en general o saber elocucionar. Tiene que ver con los principios de congruencia del pensamiento consigo mismo y con el conocimiento de las cosas. Todo hablante espera de los otros emisores un sentido y a la vez espera que los otros lo interpreten de una forma tolerante.

Saber idiomático o competencia lingüística particular. Incluye tanto lo dado, es decir, signos dotados de forma y contenido, como procedimientos para que, a partir de lo dado se realice la actividad lingüística.

Saber expresivo o competencia textual. Consiste en procedimientos con normas inherentes.

Éstas se manifiestan porque el hablante asigna a los textos el juicio de lo apropiado según contexto o situación. (Coseriu, 1992, p. 35-39).

Otras definiciones indican que “en comunicación lingüística la habilidad para expresar e interpretar conceptos, pensamientos, sentimientos, hechos y opiniones a través de discursos orales y escritos y para interactuar lingüísticamente en todos los posibles contextos sociales y culturales”. (Pérez, 2007, p. 27).

Las competencias lingüísticas son las que miden la capacidad de los individuos para entender y expresarse en un idioma, tanto por escrito como oralmente.

En la Comunidad Autónoma del País Vasco la competencia en comunicación lingüística se ha estructurado en grandes bloques denominadas dimensiones. Cada una de estas dimensiones se concreta en una serie de subcompetencias y para cada una de ellas se señalan indicadores de evaluación que describen lo que debe saber y saber hacer el estudiante.

Tabla 1. Competencias en comunicación lingüística.

COMPETENCIA EN COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA				
Comprensión oral	Comprensión escrita	Expresión oral	Expresión escrita	Interacción oral
1. Identificar el sentido global de textos orales.	6. Identificar el sentido global de textos escritos.	11. Tener en cuenta las características de la situación de comunicación	15. Tener en cuenta las características de la situación de comunicación	19. Participar de manera activa y adecuada en intercambios comunicativos
2. Reconocer el propósito de textos orales.	7. Reconocer el propósito de textos escritos	8. comunicación	16. Planificar el proceso de producción.	20. Respetar las normas socio comunicativas
3. Seleccionar en textos orales la información pertinente para los objetivos propuestos	8. Seleccionar en textos escritos las informaciones pertinentes para los objetivos propuestos.	12. Planificar el proceso de producción.	17. Expresarse de manera adecuada y correcta.	21. Utilizar estrategias para mantener la comunicación y aumentar su eficacia
4. Interpretar de manera crítica el contenido de textos orales	9. Interpretar de manera crítica el contenido de textos escritos.	13. Expresarse de manera adecuada y correcta.	18. Utilizar estrategias de control y de adecuación	teniendo en cuenta sus causas y/o efectos.
5. Utilizar estrategias para la comprensión de textos orales.	10. Utilizar estrategias para la comprensión de textos escritos.	14. Utilizar estrategias de control y de adecuación		

Fuente: (Departamento de Educación Universidades e Investigación, p. 6).

La competencia lingüística implica destrezas para escuchar y comprender, formular las propias ideas oralmente, leer y comprender textos y escribir textos variados, al conocimiento sobre el funcionamiento de la lengua a tener actitudes de escucha, opinión, respeto e interés. Escuchar y hablar exigen habilidades lingüísticas para establecer vínculos con los demás y el entorno, conlleva la utilización de reglas y la

identificación de características de la lengua de acuerdo a la situación. Leer y escribir exige habilidad para buscar, recopilar, seleccionar y procesar la información.

El autor Francisco Martínez dice que la comunicación es un proceso activo donde interactúan dos o más personas, influyendo una en la otra, ya que lo que una expresa depende de lo expresado por la otra. Para comunicarse con otros hay que compartir valores personales, el respeto a la individualidad y a los derechos. A través de la comunicación se complementan las verdades relativas que llenan las expectativas de las personas que intervienen en la comunicación. (Martínez, 2002, p. 47-59).

Para que se dé una competencia lingüística efectiva debe haber interrelación con otra persona quien descifre el mensaje que estamos enviando, así como, que nos emita un mensaje ya sea oral o escrito mismo que debemos ser capaces de entender y/o reproducir ya sea de manera oral o escrita. La competencia lingüística es necesaria para:

- Expresar pensamientos, emociones, vivencias y opiniones.
- Dialogar y resolver pacíficamente los conflictos.
- Formarse un juicio crítico.
- Generar ideas y estructurar el conocimiento.
- Dar coherencia y cohesión al discurso.
- Regular las propias acciones y tareas.
- Disfrutar el uso estético del lenguaje.
- Desarrollar la autoestima y la confianza en uno mismo.

La competencia lingüística es la capacidad de utilizar el idioma a través de la expresión e interpretación de conceptos, pensamientos, sentimientos. El desarrollo de las cuatro competencias lingüísticas (comprensión auditiva, expresión oral, escrita y lectora).

2.2.7. Ámbitos de las competencias en comunicación lingüística:

Tabla 2. Ámbitos en comunicación lingüística.

La comprensión auditiva es clave y puede considerarse la base de las demás. Mientras mayor sea la capacidad del estudiante de comprensión auditiva, mayor será su capacidad de desarrollar las demás habilidades.
La lectura, por otro lado, proporcionará una “estructura mental” y dará riqueza al vocabulario, que beneficiará al habla.
La escritura dará importancia al mensaje y a su presentación. Requiere de una comunicación más pausada, más elaborada, en la que el estudiante tiene tiempo de elaborar el mensaje.
El habla se alimentará especialmente de todos los recursos de que podamos dotar al estudiante: mientras más lea y escuche mayores serán sus progresos. Se puede decir que el habla es el resultado más claro de la suma de todos los recursos materiales invertidos.

Fuente (Marketing Artvisual, 2016).

La suma de estas cuatro habilidades es indispensable para lograr un verdadero entendimiento del idioma y una comunicación más efectiva y natural.

2.2.8. Competencias requeridas para el profesional en turismo:

Por lo que se refiere a las competencias con las que el profesional en turismo debe contar para acceder a algún puesto en empresas del área turística. A continuación se detallan las competencias que son más requeridas por los empleadores de empresas turísticas y son esas competencias las que deben ser tomadas en cuenta por los futuros profesionales para que desde pre grado se tenga una idea clara de lo que el mercado laboral espera de ellos, así también la Carrera de Turismo debe conocer las necesidades que tiene el mercado para dar respuesta a través de los futuros profesionales.

Tabla 3. Competencias en el sector turismo.

COMPETENCIAS MEJOR VALORADAS EN EL SECTOR TURISMO		
RESPONSABLES ACADÉMICOS	SECTOR TURÍSTICO	TITULADOS EN TURISMO
<ul style="list-style-type: none"> * Trabajar en inglés como Lengua extranjera. * Orientación marcada de servicio hacia el cliente. * Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos de turismo. * Manejar técnicas de comunicación. * Comprender los principios del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Orientación marcada de servicio hacia el cliente. - Trabajar en inglés como lengua extranjera. -Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. - Utilizar y analizar las TIC en los distintos ámbitos de turismo. -Manejar técnicas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> * Trabajar en inglés como lengua extranjera. * Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera. * Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas. * Orientación marcada de servicio hacia el cliente. * Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de explotación.

Fuente: (Majó I, 2005).

2.2.9. Diferencia entre inglés para turismo y para negocios:

En la actualidad el inglés se ha diversificado de acuerdo a los fines que se persiguen y las necesidades que se tienen.

Se puede afirmar que el inglés con fines específicos es hoy una disciplina reconocida y alentada por organismos internacionales como las UNESCO o The British Council y constituye el núcleo de un gran número de cursos impartidos a Universidades y profesionales. (Alcaraz Varó, 1996, p. 36).

Ahora bien en el Diccionario de términos de turismo y de ocio (Alcaraz Varó y otros, 2000), ofrece un léxico amplio en el área del turismo. Se distinguen cuatro grandes sectores dentro de la industria del turismo:

- El *viaje* y los *seguros*, que incluyen el vocabulario de las agencias de viajes, los aeropuertos, las estaciones de transporte, etc.;
- El *alojamiento*, que comprende hoteles y *campings*;
- La *gastronomía*, con sus variedades locales y regionales;
- El *recreo* y las industrias del *ocio*, entre las que destacan las visitas al patrimonio cultural (arte y cultura) o ecológico (paisaje y clima), la asistencia a espectáculos y la práctica de deportes.

Estos sectores, además, tienen en común la organización empresarial, que atañe a dos principales apartados:

- *Gestión*, tanto a nivel macroeconómico (agencias gubernamentales) como en la organización microeconómica (agencias de viajes, hoteles, etc.)
- *Marketing*, que abarca la promoción y venta de productos turísticos. (Calvi, 2013, p. 14-15).

Con respecto a la adquisición de lenguas “el enfoque de la enseñanza de lenguas que tiene como meta satisfacer las necesidades de comunicación de un grupo específico de aprendices. Ambas definiciones recogen las clasificaciones restringida y amplia, respectivamente, que se observan en la literatura sobre el tema”. (Hutchinson & Waters, p. 21).

Dentro del inglés con fines específicos el área más estudiada es el inglés para negocios y en muchas revistas especializadas se empezó a integrar el tema de viajes ya que obviamente los viajes aunque no por fines turísticos son una parte importante en el mundo de los negocios.

Así también, en la década de los ochenta empezaron a publicar otro tipo de revistas que ya no se centraban de manera general en los negocios sino que empezó a diversificarse de acuerdo a los distintos rubros y la importancia de estos en la economía y la sociedad como ser “ediciones exclusivas en el ámbito turístico pero desde el punto del turista y no del profesional en turismo, una década después se

dieron cuenta de la importancia de éste sector y se produjeron las primeras ediciones”. (Varela, 2007, p. 327).

2.2.10. El inglés como lengua internacional en turismo:

El punto de partida para que el inglés sea considerado como imprescindible para el turismo es el contacto directo que se tiene con los turistas.

Los estudiantes de Turismo tienen que estar preparados para establecer una comunicación tanto con turistas como con profesionales del sector. En la mayoría de ámbitos de negocios, la comunicación se da entre especialistas. Sin embargo, la dimensión comunicativa del turismo es más amplia por su vertiente orientada hacia los clientes que utilizan sus servicios. Esta vertiente tiene su implicación pedagógica en la importancia de las destrezas orales y escritas que hay que tener en cuenta en el proceso de adquisición del inglés para turismo. Dentro de la industria turística, los profesionales tienen que tratar con los clientes por teléfono, cara a cara o por escrito. (Alonso, 2006, p. 17).

Para las personas de habla hispana por la dificultad de la comunicación con personas que hablan inglés se vuelve una prioridad aprender este idioma considerando que los prestadores turísticos se basan en la atención al turista como su trabajo.

El inglés hoy en día es considerado como el idioma universal y podría decirse que es casi obligatorio en el ámbito profesional.

Según el periódico El Nuevo diario de Nicaragua (2014) el chino mandarín es el idioma más extendido, por el número de habitantes de China: se estima que hay más de 1,151 millones de hablantes de chino, pero solo en su país. El español tiene un número de 420 millones de hablantes como lengua materna, lo que la convierte en la segunda lengua más hablada del mundo. El inglés es el tercer idioma más hablado en el mundo, con 375 millones de hablantes; sin embargo, el inglés lo tienen como

primera y segunda lengua 508 millones de hablantes y se calcula que lo hablan en el mundo más de 1,000 millones de personas. (El Nuevo Diario, 2014).

La importancia del idioma inglés a nivel mundial como se puede ver no se da gracias al número de personas que lo hablan como su primer idioma sino se da debido a la cantidad de libros, revistas, aplicaciones y otros que se dan en el idioma inglés, tenemos como conocimiento empírico que en Europa por la diversidad de idiomas y dialectos que se hablan solo en ese continente el inglés se constituye en el eje articulador de las lenguas ya que en toda Europa el inglés se aprende desde los primeros años de la escuela como segunda lengua de manera obligatoria.

Si en la actualidad estamos conscientes de la importancia de hablar inglés en cualquier ámbito en el que nos desarrollemos, el profesional en Turismo está consciente que en el rubro el dominar una segunda lengua como el inglés adquiere mucho mayor preponderancia, puesto que es su herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle su carrera, desde la información turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando por las empresas de intermediación, alojamiento y transporte.

Rocamora Abellán encuentra que:

El Inglés Turístico (IT) no es sino una parcela ligeramente acotada de la lengua inglesa. No se trata de una lengua diferente que haya que estudiar con independencia del inglés más general, sino que su estudio está ubicado dentro de lo que se conoce como ESP, English for Specific Purposes, o en español IFE, Inglés para Fines Específicos. (Rocamora Abellán, 2007, p. 117).

Respecto al inglés con fines específicos, el IFE ha logrado ocupar un lugar en la enseñanza del inglés como lengua extranjera o como segunda lengua. A continuación se dan algunos conceptos de diferentes autores para entender su origen, así como las características que tiene:

Es una disciplina dentro de la enseñanza de lenguas extranjeras que analiza las necesidades como punto de partida para operar cualquier concepto. A esto añade que el IFE está dirigido a alcanzar una meta que se define con claridad por medio del análisis de las necesidades y que debe alcanzarse en un período de tiempo determinado. (Robinson, 1991, p. 76).

De acuerdo a este concepto el inglés, para fines específicos, tiene el fin de ser utilizado en un área específica lo que permite un conocimiento concreto de los términos en un ámbito determinado.

Al analizar las definiciones de la enseñanza del inglés con fines específicos es posible notar características que la diferencian del inglés general. A pesar de existir puntos de contacto como el carácter comunicativo de ambas formas de enseñanza “el IFE no debe verse como un producto, ni como un tipo específico de idioma o de metodología. Para ellos es un enfoque para el aprendizaje del idioma que se basa en el aprendizaje del educando”. (Hutchinson., 1987, p. 17).

Es imposible emitir una definición de IFE que se pueda aplicar de manera universal, pero coincide con que el análisis de las necesidades es un punto de partida.

Para Streves (1964) define el IFE por medio de características absolutas y variables. Las absolutas establecen que el IFE está:

Diseñado para satisfacer las necesidades de los estudiantes, relacionado con el contenido por medio de temas y tópicos de disciplinas y ocupaciones particulares • basado en el lenguaje que se ajuste a la disciplina que se trate el análisis del discurso en cuanto a sintaxis, léxico, discurso, semántica, etc.

En contraste con el inglés general, las características variables son solo dos: • puede restringirse a habilidades específicas del idioma y puede que no se imparta de acuerdo a una metodología predeterminada. (Strevens, 1977, p. 6).

2.2.11. La competitividad en el mercado laboral turístico:

El capital humano es fundamental para la competitividad del destino turístico porque de éste depende su desarrollo, es más no se puede hablar de destino turístico sin personal a cargo de ofrecer los servicios turísticos.

Por lo tanto, en la medida en que el capital humano esté debidamente formado – que cuente con una base consistente de conocimientos técnicos y experiencia gracias a horas prácticas en ambientes laborales durante su formación - se hace más asequible el alcance de mayores niveles de desarrollo sostenible y se consiguen con mayor eficiencia las metas. (Governo da Baia, 2001, p. 114).

Otra definición es “la capacidad de aprendizaje de cualquier empresa más su capacidad para traducir lo que han aprendido en la práctica rápidamente es lo que, al fin y al cabo, define su ventaja competitiva" (Kjell, 2000, p. 11).

Según (OMT, 1997) las características relacionadas a la eficiencia en la gestión, la organización e información del destino turístico determinan su ventaja competitiva; mientras que las características relacionadas a las condiciones físicas del destino turístico, tales como el clima, el paisaje o su riqueza cultural son determinantes de su ventaja comparativa entre regiones en un país o entre países.

En resumen se puede señalar que la competitividad en el sector turístico se refleja en: calidad, satisfacción y fidelidad, que se encuentran ligados entre sí. La forma en la que la calidad está percibida por los clientes genera satisfacción directa en los mismos y, consecuentemente, crean la fidelidad.

2.2.12. Competencia lingüística en el mercado laboral turístico:

Un elemento clave para el desarrollo económico de una región que trabaja bajo el concepto de turismo sostenible es la competitividad del sector. De acuerdo a la OMT (1997) Sólo alcanzando un cierto nivel de competitividad puede garantizarse el

mantenimiento de renta, empleo y entorno, y maximizar el bienestar de los actores implicados en el desarrollo turístico. Se trata de garantizar la rentabilidad de la actividad turística a largo plazo, a través de un desarrollo sostenible, haciendo énfasis en recursos humanos específicamente cualificados en turismo, que aseguren la profesionalidad del servicio prestado.

En turismo, la competitividad es analizada a partir de las características de los destinos turísticos, es decir, considerando la información que se obtiene sobre su acceso, las condiciones de los atractivos turísticos, accesibilidad y la prestación de servicios

Según la OMT (1997) las características relacionadas a la eficiencia en la gestión, la organización e información del destino turístico determinan su ventaja competitiva; mientras que las características relacionadas a las condiciones físicas del destino turístico, tales como el clima, el paisaje o su riqueza cultural son determinantes de su ventaja comparativa entre regiones en un país o entre países.

Por un lado la importancia del inglés para los futuros profesionales del turismo en el marco general del aprendizaje de lenguas extranjeras, es cubrir la parte comunicativa, es por esta razón que los estudiantes de Turismo tienen que estar preparados para establecer una comunicación tanto con turistas como con profesionales del sector.

En lo que refiere al ámbito turístico los profesionales tienen que tratar con los clientes por teléfono, cara a cara o por escrito. Es por esto que el idioma inglés, se establece como lengua "casi obligatoria en la práctica" ya que se interactúa con personas de todas partes del mundo.

2.2.13. Evaluación del aprendizaje para promover el desarrollo de competencias:

En cuanto a la evaluación “se ha desarrollado una variedad de nuevos enfoques que ponderan la importancia de que se evalúen todos los resultados (conocimientos, habilidades y actitudes) a través de diversidad de procedimientos”. (Herrington, 1998, p. 307).

La sociedad moderna delega en la educación superior la función de desarrollar en los estudiantes las competencias que les permitan actuar de manera eficaz en dicha sociedad.

El perfil de egreso de cada titulación define las características deseadas en la persona titulada para desenvolverse de la mejor manera posible como profesional y como ciudadano. Por tanto, es un referente fundamental de la formación universitaria.

El perfil profesional define las competencias profesionales que permiten desempeñar adecuadamente sus funciones.

El perfil ciudadano supone un “estar en la sociedad” de una forma proactiva y comprometida con la mejora de la misma y el desarrollo personal propio y de los demás (Yáñez & Villardón, 2006, p. 71).

2.2.14. Desarrollo de competencias:

A continuación, se especifican las competencias con las cuales los profesionales en Turismo de España homologaron esas competencias en cuanto al inglés para todas sus Universidades.

Tabla 4. Trabajar en inglés como lengua extranjera

<p>La evidente implantación de la lengua inglesa en los diferentes ámbitos profesionales, y especialmente en el entorno turístico, hace imprescindible su conocimiento y su uso.</p>	
<p>Conocimientos disciplinares (saber):</p>	<p>Conocimientos profesionales (saber hacer):</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer las estructuras gramaticales de la lengua a nivel medio-alto. - Conocer el vocabulario específico relacionado con el sector turístico. - Conocer los distintos tipos de pronunciación. - Conocer las diversas culturas de los países de habla inglesa, para adquirir una mayor comprensión del idioma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicarse en inglés en cualquier medio. - Saber comprender textos originales relacionados con temas turísticos. - "Trabajar" en lengua inglesa en un entorno profesional. - Comprender y redactar documentos, informes y memorias en un lenguaje técnico turístico.

Fuente: Perfiles profesionales del Turismo: Competencias específicas de los titulados en Turismo. (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004, p. 131).

Tabla 5. Comunicarse de forma oral y escrita en una segunda lengua extranjera:

<p>Para el consiguiente desarrollo de esta competencia, los temas que pueden ser abordados son complejos, tratándose los mismos a través de contenidos funcionales, léxicos, gramaticales y culturales. Pueden ser Expresión y comprensión, tanto en su forma hablada como escrita, su adecuación a situaciones profesionales cotidianas como instrumento de comunicación y el análisis de las normas de convivencia socioculturales de esta segunda lengua con el fin de dar una imagen adecuada en las relaciones profesionales.</p>	
<p>Conocimientos disciplinares (saber):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lingüísticos (gramaticales). - Léxicos (aprender términos relacionados con distintos campos semánticos). - Funcionales (tal como: aprender hábitos y describir rutinas del sector profesional turístico). - Culturales (aprender aspectos sobre la vida cultural, costumbres, modos de vida, normas de convivencia, etc...). 	<p>Conocimientos profesionales (saber hacer):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprender y producir mensajes orales en situaciones diversas de comunicación: habituales y personales. - Interpretar y realizar información escrita tanto en el ámbito turístico como en el ambiente sociocultural. - Comunicarse de forma oral y escrita con un interlocutor, interpretando y transmitiendo la información necesaria para establecer los términos que delimiten una relación profesional dentro del sector turístico. - Analizar las normas de convivencia socioculturales con el fin de dar una imagen adecuada en las relaciones personales y profesionales.

Fuente: Perfiles profesionales del Turismo: Competencias específicas de los titulados en Turismo. (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, 2004, p. 132).

2.2.15. Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Es un estándar europeo que sirve para medir el nivel de comprensión y expresión oral y escrita en una determinada lengua. Se divide en tres bloques los que a su vez se divide Establece una escala de seis niveles, la división se agrupa en tres bloques que se dividen en nivel básico, intermedio y avanzado.

Nivel	Subnivel	Descripción
A (Usuario básico)	A1 (Acceso)	Es capaz de comprender y utilizar expresiones cotidianas de uso muy frecuente así como frases sencillas destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato. Puede presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce. Puede relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.
A2 (Plataforma)	Es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que son relevantes (información básica sobre sí mismo y su familia, compras, lugares de interés, ocupaciones). Sabe comunicarse para llevar a cabo tareas simples y cotidianas que no requieran más que intercambios sencillos y directos de	

	<p>información sobre cuestiones que le son conocidas o habituales. Describe en términos sencillos aspectos de su pasado y su entorno así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas.</p>	
<p>B (Usuario independiente)</p>	<p>B1 (Intermedio)</p>	<p>Es capaz de comprender los puntos principales de textos claros y en lengua estándar si tratan sobre cuestiones que le son conocidas, ya sea en situaciones de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones que pueden surgir durante un viaje por zonas donde se utiliza la lengua. Es capaz de producir textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Puede describir experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justificar brevemente sus opiniones o explicar sus planes.</p>
<p>B2 (Intermedio alto)</p>	<p>Es capaz de entender las ideas principales de textos complejos que traten de temas tanto concretos como abstractos, incluso si son de carácter técnico siempre que estén dentro de su campo de especialización. Puede relacionarse con hablantes nativos</p>	

	<p>con un grado suficiente de fluidez y naturalidad de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de ninguno de los interlocutores. Puede producir textos claros y detallados sobre temas diversos así como defender un punto de vista sobre temas generales indicando los pros y los contras de las distintas opciones.</p>	
<p>C (Usuario competente)</p>	<p>C1 (Dominio operativo eficaz)</p>	<p>Es capaz de comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos. Sabe expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada. Puede hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales. Puede producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.</p>

<p style="text-align: center;">C2 (Maestría)</p>	<p>Es capaz de comprender con facilidad prácticamente todo lo que oye o lee. Sabe reconstruir la información y los argumentos procedentes de diversas fuentes, ya sean en lengua hablada o escrita, y presentarlos de manera coherente y resumida. Puede expresarse espontáneamente, con gran fluidez y con un grado de precisión que le permite diferenciar pequeños matices de significado incluso en situaciones de mayor complejidad.</p>	
--	---	--

Fuente: *Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.*

2.2.16. Inserción Laboral:

En relación con el concepto de la inserción laboral existen diversas definiciones por lo tanto es cumplir con ciertos requisitos mínimos necesarios para el cumplimiento de ciertas actividades.

La inserción laboral puede definirse como el proceso mediante el cual los individuos se incorporan a la actividad económica. Cabe destacar que la inserción laboral es fundamental para que la persona pueda tener acceso a los medios económicos que le permitan mantenerse, tanto a él como a su familia. (García Blanco, 1996, p. 118-119).

Entre los sinónimos más usados para este término nos encontramos con el de inclusión, que también refiere la introducción de algo o alguien en otra cosa o en un determinado contexto, y también es posible emplear la palabra introducción en su

lugar, la cual da cuenta de la acción y la consecuencia de introducir algo en otra cosa, o de introducirse uno en alguna cuestión o grupo.

Cabe destacar que la inserción laboral es fundamental para que la persona pueda tener acceso a los medios económicos que le permitan mantenerse como parte activa de la sociedad. Así también garantizar una educación con calidad conduce a la formación de profesionales competitivos.

Se considerará al concepto de formación como un proceso de perfeccionamiento intelectual por medio de la transmisión de conocimientos que puede convertir el desarrollo de habilidades prácticas - en capacitaciones específicas -, para la obtención de un título profesional. Tratándose del mercado laboral de turismo, la competitividad es un aspecto fundamental para alcanzar el desarrollo sostenible de las regiones, en especial de aquellas donde el turismo es uno de los componentes generadores de divisas. La competitividad en esas áreas se analiza a partir de las características de los destinos turísticos, en lo que concierne a sus atractivos visuales y/o históricos, su gestión, organización, información, capital humano y facilidad de acceso. (Ducceschi, 1982, p. 65).

Es fundamental entender que la educación superior es una responsabilidad del Estado y que la formación de los estudiantes está destinada a transformarlos en profesionales calificados y esta tarea debe ser llevada a cabo por las instituciones de enseñanza superior o universidades, tanto públicas como privadas y supervisadas por las entidades públicas competentes. Consecuentemente estas instituciones, a través de sus mecanismos de enseñanza como metodologías y currícula o planes de estudio, juegan un papel clave para el desarrollo del sector turístico y para el desarrollo sostenible.

En el caso de la carrera de Turismo existe el área de Inglés I, II, III, y IV los contenidos deben adecuarse para que los estudiantes puedan familiarizarse con los términos más utilizados en el área turística.

Sobre ese punto se sugieren que las instituciones de enseñanza superior deben buscar en el mercado laboral elementos que contribuyan a la actualización y/o reconstrucción de sus mecanismos de enseñanza (metodologías y planes de estudio). (Catramby & Da Costa, 2005, p. 87).

Una de las formas es la oportunidad de establecer vínculos entre las instituciones de enseñanza superior y las empresas públicas y privadas de Turismo, de modo que se incorpore información y técnicas renovadas. En resumen, "el valor fundamental de la educación es su capacidad de producir competencias que sean transferidas de forma eficiente al ambiente de trabajo" y se reafirma que esa educación es responsabilidad de las instituciones de enseñanza superior. (Barreto, Tamanini, & Silva, 2004) et al 2004, p.71).

En el momento actual, la mayoría de investigaciones y expertos afirman que los universitarios tienen más posibilidades de insertarse cualitativa y cuantitativamente en el mercado laboral, que personas con otro tipo de cualificaciones. Aunque su inserción socio laboral, al no ser un proceso único ni lineal, depende de muchos factores que contribuyen a que el problema del desempleo y del empleo precario afecte también a este sector de la población. (Jiménez Vivas, 2016, p. 83).

El estudio explica acerca de si los perfiles profesionales de las carreras responden a las necesidades de la sociedad para la competitividad laboral y también para subsanar las deficiencias en la universidad y no cuando los profesionales tratan de insertarse laboralmente. También plantea que la educación debe ser continua ya que no acaba cuando se tiene el título profesional, sino que se debe buscar e incentivar la cualificación del personal. En la actualidad los perfiles profesionales deben ser el eje para formular los estudios de grado definiendo las competencias a adquirir y los contenidos a desarrollar.

2.2.16.1. Tipos de inserción laboral:

Existen distintos factores que influyen como ser la empleabilidad y la ocupabilidad.

La empleabilidad: “la oportunidad del trabajador a acceder a un empleo que cumpla con sus expectativas, formación y trayectoria profesional” (Orgemer, 2002, p. 41).

Entonces entendemos que la empleabilidad está dirigida a satisfacer las necesidades que tienen las personas con preparación profesional de insertarse al mercado laboral de acuerdo a su formación.

La ocupabilidad se define como “la posibilidad de inserción dependiendo de las oportunidades en el mundo laboral” (Pelayo, 2012, p. 18).

Podemos entonces definir que la ocupabilidad no está relacionada con la formación ya que es la oferta que está disponible en el mercado laboral y que son atendidas por personas de acuerdo a sus necesidades.

2.2.16.2. Modalidades de inserción laboral:

Práctica pre profesional: Podemos definir como las prácticas que realizan los estudiantes universitarios antes de su titulación en empresas del área en la que se profesionalizará para poner en práctica los conocimientos adquiridos.

“Conjunto de actividades que se realizan bajo diferentes formas y tiempos en una empresa u organización, poniendo un énfasis especial al proceso de aprendizaje y entrenamiento profesional. El objetivo es otorgar a los estudiantes la oportunidad de obtener experiencia, determinar su interés laboral, armar redes de contacto y/o ganar méritos. Además, permitir que las empresas identifiquen nuevos talentos para su futura contratación”. (Ministerio de Educación del Perú, p. 15).

La práctica pre profesional es beneficiosa tanto para el futuro profesional que conocerá el ambiente en el que se deberá desenvolverse, así como para las empresas

para conocer el potencial de los profesionales y si sus capacidades están de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

Práctica Profesional: Se denomina al desempeño de actividades desde el área que ha sido formada la persona, se emplea de acuerdo a sus necesidades profesionales.

“la inserción laboral incluye tanto la incorporación de la persona a un puesto de trabajo como el mantenimiento del mismo. Actualmente, dentro de la problemática del paro y de la inserción, hay que tener en cuenta ambos factores, ya que, además de la dificultad para encontrar un trabajo, el otro gran problema reside en la capacidad para mantenerlo” (Romero, 1999, p. 9).

Lo que normalmente según las políticas de Bolivia es que los 3 primeros meses de trabajo son para poner a prueba al profesional y que pueda conocer y adaptarse al ambiente laboral, así como conocer las tareas que le serán designadas y de qué manera lleva a cabo las mismas.

2.3. Marco referencial:

España es el referente que tenemos en cuanto al turismo y las directrices que debemos seguir para el desarrollo de la actividad turística:

La necesidad de aumentar la competitividad en la industria turística española para poder adaptarse a la nueva realidad tecnológica y socioeconómica de la sociedad actual, ha sido puesta de relieve por el Gobierno, las universidades y las compañías turísticas en general. En un estudio llevado a cabo con directores de hoteles y restaurantes en la comunidad Valenciana sobre las necesidades de formación, la mayoría de los encuestados aludieron a la necesidad de formación en el campo de conocimiento de lenguas por encima de otras necesidades de formación” (Agut Nieto, 2002, p. 31).

El turismo hoy en día es parte de la agenda política de varios países, que desarrollan políticas públicas para la inversión en cuanto a la promoción, planificación y

comercialización de sus atractivos turísticos, puesto que están conscientes de los beneficios que el turismo trae.

En América Latina el país más visitado ha sido por varios años México y según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), los ingresos por concepto de turismo se constituyen en una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina. Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2009 en la posición 45 a nivel mundial.

Ecuador también registra una alta tasa de visitas esto gracias a la variedad de atractivos naturales y culturales lo que ha permitido un mayor crecimiento en los últimos años, las estadísticas de la Organización Mundial de Turismo indican que en el Ecuador la visita de turistas internacionales creció en el orden del 7%, durante el primer semestre de 2010.

Las destrezas lingüísticas en una segunda lengua como ser el idioma inglés son fundamentales en la formación de los futuros profesionales del sector turístico. Es imprescindible hoy en día que la formación de personal para el desarrollo de la actividad turística esté relacionada con el dominio de una lengua extranjera como ser el inglés ya que es el idioma mundialmente aceptado para el desarrollo de diferentes actividades.

Sonia Agut Nieto (2002) también señala que en la actividad turística las destrezas lingüísticas y la comunicación representan un elemento central en la formación de los futuros profesionales del sector turístico en particular en el caso del inglés como lengua internacional, por lo tanto conviene delimitar las características de la lengua que estos profesionales necesitan para mejorar su formación.

2.3.1. Importancia del inglés como segunda lengua:

Son numerosos estudios e investigaciones que indican los beneficios cognitivo-lingüísticos de hablar dos idiomas con facilidad, a continuación se hace un análisis de la importancia que tiene el hablar el idioma inglés hoy en día.

En condiciones idóneas, el aprendiz promedio de un segundo idioma tarda dos años en adquirir destrezas de comunicación interpersonal básicas (BICS- Basic Interpersonal Communication Skills). Estas destrezas entrañan el lenguaje diario de contexto integrado que ocurre entre interlocutores. Por otra parte, se tarda entre cinco y siete años, bajo condiciones idóneas, en cultivar la **competencia lingüística académica cognoscitiva** (CALP- Cognitive Academic Language Proficiency) o lenguaje académico de escaso contexto, a un nivel equivalente al de los que estudian en su lengua natal. (ASHA, American Speech-Language-Hearing Association, 2010, p. 16).

El fenómeno de la globalización ha contribuido a convertir el inglés en el idioma más importante. Es por ésta razón que hoy en día es imprescindible hablarlo como un segundo idioma y los motivos más importantes son capacitarse por exigencias laborales, acceder al conocimiento ya que mucha de la información en el internet, libros, revistas especializadas están escritas en inglés.

2.3.2. Incidencia del idioma inglés para turismo:

El idioma inglés tiene un papel muy importante para el profesional en turismo puesto que facilita en el momento de brindar información a los turistas, sin embargo no todos cuentan con conocimientos del idioma inglés lo que se vuelve una condicionante en el momento de la inserción laboral.

El inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle su carrera, desde la información

turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando por las empresas de intermediación, alojamiento y transporte.

En la carrera de Turismo de las Universidades de España, el programa de la asignatura de inglés se articula en torno a las necesidades concretas del perfil profesional del alumno, teniendo en mente las situaciones comunicativas reales con las que se va a enfrentar y desarrollándolas de una manera muy práctica. Probablemente lo utilizará de forma oral más habitualmente que de forma escrita.

El turismo tiene muchos beneficios y repercusiones en el ámbito social, económico y político¹

El 9% del PIB – efecto directo, indirecto o inducido es producto de la actividad turística. 1 de cada 11 empleos son en turismo. 1,4 billones de dólares en exportación.

El turismo representa el 6% de las exportaciones mundiales.

Entre 1950 y 2013 son 25 millones de personas que se han desplazado por concepto de turismo, de los cuales entre 5 a 6 millones fueron personas que realizaron turismo interno y para el año 2030 se prevé que esa cifra incremente a 1800 millones de turistas internacionales.

2.3.3. La formación profesional desde la Universidad:

Para abordar este tema es imprescindible analizar el rol de la Universidad en la sociedad puesto que lo que se busca es preparar al recurso humano para que se satisfaga las necesidades de la sociedad, sin embargo, mucho se ha dicho sobre esto ya que muchos estudiantes estudian las carreras tradicionales no por vocación sino por obligación o por prestigio dejando de lado la vocación del estudiante.

¹ Información encontrada en: <http://goo.gl/F6LEJK>

La Universidad tiene como función nacional, formar profesionales, es decir, en cuanto generan los recursos humanos de alto nivel de cada país. También realizan la tarea de investigación científica general y realizan una comunicación intelectual entre ellas. Además deben realizar una difusión del conocimiento sobre las capas de la población, lo cual debería ser una preocupación permanente de centros de estudios superiores" (Barrera, 1969, p. 49).

Para que las diferentes carreras universitarias atiendan a las necesidades se debe hacer un estudio de la sociedad para ver cuáles son las necesidades que se tiene y proponer carreras para ello. "Todo perfil bien estructurado debe describir las competencias básicas que requiere el ejercicio de la profesión, entendiéndose por competencia aquellas capacidades aprendidas en el proceso de formación" (Gutiérrez, 1990, p. 84).

Se puede decir que "un perfil profesional determina el marco de desempeño deseable y esperado del futuro profesional en su medio real y constituye la línea orientadora para la planificación, desarrollo y evaluación de un plan de estudio y los programas del curso" (Cristoffanini, 1987, p. 97).

El perfil profesional de las carreras dan las directrices acerca de lo que se espera del futuro profesional sobre su desempeño en su ambiente laboral y es en base a esto que se deben formular los planes de estudio.

2.3.4. Formación en inglés para los profesionales en turismo:

La necesidad de aumentar la competitividad en la industria turística para poder adaptarse a la nueva realidad tecnológica y socioeconómica de la sociedad actual, ha sido puesta de relieve por el gobierno, las universidades y las compañías turísticas en general.

En un estudio llevado a cabo con directores de hoteles y restaurantes en la Comunidad Valenciana sobre las necesidades de formación, la mayoría de

los encuestados aludieron a la necesidad de formación en el campo del conocimiento de lenguas por encima de otras necesidades de formación". (Agut Nieto, 2002, p. 31-51).

Estas demandas están recibiendo respuesta del mundo académico con el incremento de Estudios de Turismo en muchas universidades españolas con una clara prioridad en la enseñanza de lenguas extranjeras, destacando el inglés como el medio de comunicación más extendido internacionalmente dentro del sector empresarial en general. (Bosch, 2001, p. 241-249).

Por otro lado, también, ya se ha hablado de la necesidad del conocimiento de idiomas como un requisito importante para poder optar a un puesto de trabajo. Las barreras del lenguaje crean en ocasiones malentendidos y un cierto sentimiento de frustración que se puede evitar si el personal de cualquier sector relacionado con el turismo tiene un buen conocimiento de lenguas extranjeras como parte integral de un servicio de calidad.

En la actualidad y debido a la globalización nos encontramos en un mundo cambiante y acelerado tecnológicamente en el que debemos ser capaces de adaptarnos para no quedar rezagados es por ésta razón que es imperioso capacitar al personal constantemente. En turismo la calidad implica entre otras que el personal sea eficiente. Según Ritchie, B. (1992) "es posible que un destino, independientemente de su potencialidad para ser explotado, sea competitivo dentro del mercado turístico mundial si los líderes dirigen de manera apropiada y efectiva el desarrollo; si los empresarios aseguran la proporción de experiencias de alta calidad y eficaces en función de los costos; si el personal de primera línea se relaciona con el turista de manera efectiva, íntegra y amigable".

Si queremos lograr esto debemos educar de manera adecuada a los futuros profesionales ya que son ellos quienes estarán en contacto directo con los turistas, en

el caso de la carrera de Turismo de la UMSA que el nivel de inglés con el que se egrese sea el adecuado para una rápida y positiva inserción laboral.

No se puede dejar de lado la importancia del turismo en la economía de Bolivia ya que los turistas que ingresaron en la gestión 2015 a territorio nacional son 1.295.729 según informó el Ministerio de Culturas y Turismo en un comunicado.

Tabla 6 Visitas de turistas a Bolivia



(Viceministerio de Turismo, 2014).

2.3.5. Áreas para la inserción laboral del profesional en turismo:

En Bolivia el campo laboral en turismo está formado por un conjunto de empresas al servicio de los turistas, tales empresas son en su mayoría pertenecientes al sector privado como ser: empresas de alojamiento, empresas de restauración (alimentos, bebidas), empresas de comercialización y distribución de productos y servicios turísticos (agencias de viajes, operadores turísticos, consultorías, etc.), empresas de organización de eventos y promoción (recreación, expo ferias), empresas de transportes turísticos (aéreo y terrestre).

En cuanto a otros sectores donde un profesional en turismo puede insertarse laboralmente son: sector público: Ministerio de Culturas y Turismo, Viceministerio

de Turismo, Gobernaciones, Alcaldías. También está el sector educativo: Instituciones públicas y privadas de enseñanza superior.

2.3.6. Importancia de enseñar inglés como especialidad para turismo:

Referente a la importancia del inglés para turismo “durante los últimos años los cursos basados en las necesidades comunicativas especializadas dirigidas a distintas profesiones en particular han experimentado un gran auge”. (Hyland, 2002, p. 7).

Esta tendencia se debe principalmente a la gran demanda de nuevos perfiles profesionales de empresas que han tomado conciencia de la importancia del conocimiento y uso de estas lenguas en el ámbito de las relaciones internacionales.

2.4. Marco legal:

2.4.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia:

La ley reconoce que:

Capítulo Sexto: Educación, Interculturalidad y Derechos Culturales.

SECCIÓN I: EDUCACIÓN

Artículo 80. I. La educación tendrá como objetivo la formación integral de las personas y el fortalecimiento de la conciencia social crítica en la vida y para la vida. La educación estará orientada a la formación individual y colectiva; al desarrollo de competencias, aptitudes y habilidades físicas e intelectuales que vincule la teoría con la práctica productiva; a la conservación y protección del medio ambiente, la biodiversidad y el territorio para el vivir bien. Su regulación y cumplimiento serán establecidos por la ley.

SECCIÓN II: Educación Superior

Artículo 91.

II. La educación superior es intracultural, intercultural y plurilingüe, y tiene por misión la formación integral de recursos humanos con alta calificación y competencia profesional; desarrollar procesos de investigación científica para resolver problemas de la base productiva y de su entorno social; promover políticas de extensión e interacción social para fortalecer la diversidad científica, cultural y lingüística; participar junto a su pueblo en todos los procesos de liberación social, para construir una sociedad con mayor equidad y justicia social.

Artículo 97. La formación post-gradual en sus diferentes niveles tendrá como misión fundamental la cualificación de profesionales en diferentes áreas, a través de procesos de investigación científica y generación de conocimientos vinculados con la realidad, para coadyuvar con el desarrollo integral de la sociedad. (Bolivia, 2009, p. 18-19).

2.4.2. Ley general de Turismo: Bolivia te Espera N.292:

La ley de Turismo en cuanto al desarrollo de la actividad turística y los prestadores de servicios señala que:

ARTÍCULO 6. (DEFINICIONES).

Fomento al Turismo. Actividad encaminada al fortalecimiento de la oferta turística del "Destino Bolivia" y/o los destinos turísticos, a través de medidas concretas que aportan al desarrollo de las actividades turísticas, la mejora de la calidad de los servicios, además garantiza las condiciones para la preservación y mantenimiento de los atractivos turísticos, la generación de empleo y la cualificación de los recursos humanos. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2012).

2.4.3. Plan Estratégico Institucional de la Universidad Mayor de San Andrés (PEI) 2012 - 2016:

El PEI fue extraído de Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación - UMSA: Uno de sus objetivos de la formación profesional es:

Formar a docentes y estudiantes en la competencia lingüística en: castellano, lengua indígena y lengua extranjera.

2.5. Marco institucional:

En primer lugar se hará referencia a la historia de creación de la Carrera de Turismo de la UMSA, puesto que es donde se llevará a cabo el presente trabajo de investigación y para explicar la importancia de la presente investigación es imprescindible comenzar por conocer dónde y cómo nació la Carrera de Turismo para ver su evolución y su posicionamiento en la actualidad.

La información detallada a continuación fue extraída de la página web de la Carrera de Turismo.

En 1979 cuando se vivía bajo el control de gobiernos militares de facto la formación profesional fue reduciéndose al simple proceso de enseñanza – aprendizaje acumulativo, memorístico y repetitivo. El Lic. José Mendoza Quiroga, entonces Director de la Carrera de Idiomas (hoy Carrera de Lingüística e Idiomas) convocó a Jornadas Académicas donde propuso al pleno de la sala, la creación de una nueva mención académica, paralela a las ya existentes de inglés y francés, la mención en Turismo, con nivel académico de Técnico Superior, con 3 años de estudios. El plan de estudios fue fruto más de la intuición que de la construcción de un diseño curricular; así y todo tuvo la virtud de encaminar un proceso que a la postre iba a derivar en una verdadera carrera universitaria, con los resultados que hoy saltan a la vista. Después del cierre de la Universidad gestado por el Gral. Luis García Meza hasta 1981 los nuevos estudiantes y docentes se dieron cuenta que el

plan de estudios debía nutrirse de materias y contenidos turísticos y ramas afines, para darle coherencia y direccionar las acciones hacia los fines formulados inicialmente. La Lic. Karen Watchel de La Quintana, Licenciada en Turismo, titulada en la Universidad Nacional de Tucumán – Argentina recompuso el Plan de Estudios, dándole carácter turístico y multidisciplinario el mismo que fue ejecutado a partir de la gestión 1982 en semestres académicos. Posteriormente la Lic. De La Quintana secundada por 8 estudiantes pioneros viabilizaron la aprobación el 25 de Septiembre de 1986, se aprobó un nuevo Plan de Estudios y la mención de Turismo, se independizó de Idiomas, convirtiéndose en una nueva Carrera; la octava de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, con todos deberes y derechos que le asignaba la norma universitaria. Se puede deducir que una mención en Turismo no era suficiente es por ese motivo que se propuso un nuevo Plan Académico con el cual se creó la nueva carrera aunque sólo con el nivel máximo de técnico superior, para el presente trabajo de investigación es importante conocer cuáles eran los pilares en los que se basaba el primer plan de estudios para saber si respondía a las exigías de la demanda turística de aquel entonces y si se tomaba en cuenta el idioma inglés ya que como nos indica la historia nació como parte de la Carrera de Idiomas. (Carrera de Turismo – UMSA.).

Más tarde, en 1994, tomó mayor fuerza e importancia la idea de elevar el nivel académico de la formación, de Técnico Superior a Licenciatura en Turismo, para responder a los nuevos requerimientos y paradigmas que planteaba el mercado laboral, cada vez más exigente en términos de recursos humanos. Más tarde en 1997 se aprueba el Plan de estudios de licenciatura en Turismo con 5 años de estudio, como parte de un nuevo diseño curricular elaborado acorde al contexto laboral, turístico y general de entonces. Posteriormente, entre el 2004 – 2005, mediante Jornadas académicas y II Congreso Interno, se aprueba el Diseño Curricular Heurístico o Integral, y con ello el Mapa Curricular y Plan de Estudios 2006 de Licenciatura en Turismo, con 4 años de estudio, de manera pionera y en concordancia

con las exigencias académicas de punta, que resta años al nivel de pregrado, privilegiando el Post grado.

2.5.1. Carrera de Turismo.

2.5.1.1. Visión:

La carrera de Turismo de la UMSA, se constituye en una unidad académica acreditada con un liderazgo en la formación profesional, en la investigación e interacción turística, a nivel local, regional y nacional.

2.5.1.2. Misión:

Formar profesionales aptos y comprometidos con la investigación e interacción turística, en la perspectiva del Desarrollo Sostenible.

2.5.1 3. Perfil profesional:

Describe y define los contenidos que debe desarrollarse en el proceso de formación, haciendo énfasis en: conocimientos, habilidades y actitudes.

a) Los conocimientos, se refieren a los conceptos, hechos y principios que se van configurando en la inteligencia del hombre a partir de los datos de la experiencia son los hechos. Los conceptos son los primeros organizadores del conocimiento, pues ellos agrupan a todos aquellos que tienen determinados elementos en común.

b) Los procedimientos, se refieren a un conjunto de acciones ordenadas, dirigidas a la consecución de una meta. Se puede identificar bajo las denominaciones de destrezas, habilidades que se quiere ayudar a que el alumno construya.

c) Las actitudes, se refiere a un sistema de valores y principios que se manifiestan en reacciones positivas o negativa, hacia ciertas personas, cosas o situaciones. Por tanto

es importante fomentar actitudes favorables hacia la adquisición y aplicación de conocimientos.

El perfil profesional de la Carrera de Turismo, se centraliza en el aspecto de gestión y actividad turística que se define: “Es un profesional comprometido con la realidad social, crítico, proactivo y articulador de la gestión del patrimonio y la actividad turística, que investiga, interactúa, propone y ejecuta acciones para el desarrollo integral del turismo”.

Se define cinco principios que orientan las cualidades del perfil profesional enmarcado en los principios del desarrollo sostenible.

- Ético y Humano; Formar profesionales responsables socialmente, ético, comunicativo que practica la interculturalidad y valora al ser humano en su integridad.
- Estratégico: Formar profesionales participativos con visión estratégica, orientadores e interlocutores de procesos de desarrollo turístico.
- Solidario: Formar profesionales solidarios con las aspiraciones legítimas de los diferentes regiones, sectores de la sociedad boliviana.
- Medio ambiental: Formar profesionales comprometidos con la preservación, conservación y protección del medio ambiente a través del manejo integral de los recursos naturales y culturales.

Se puede observar que entre sus principios está la interculturalidad y es ahí donde debemos apuntar de forma tal que podamos ser partícipes activos, conscientes de que en el ámbito turístico nos relacionamos con otras culturas a las que debemos entender y conocer para brindar los servicios requeridos por los turistas.

CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

3.1. Enfoque de la investigación:

El enfoque de investigación del presente trabajo es cuantitativo.

El enfoque utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una sociedad”. (Hernández, R. 2004 p.10).

El enfoque es cuantitativo porque la recolección de datos sirve para probar la hipótesis de nuestra investigación, de esto depende como obtendremos la información para llegar a los objetivos planteados.

3.2. Tipo de investigación:

Teniendo en cuenta los puntos importantes que se quieren dar a conocer en el presente trabajo de investigación se ha decidido hacer en primera instancia una investigación exploratoria y posteriormente hacer una investigación descriptiva.

La **investigación exploratoria** según el autor (Fidias G, 2012, p.19), define: “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos”.

Éste tipo de investigación es utilizada porque no hay muchos estudios previos que ayuden de referencia para la realización del trabajo aunque sí existen algunas similitudes con otros estudios.

La **investigación descriptiva** según el autor (Fidias G, 2012), define: “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno,

individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”.

Se realiza una investigación descriptiva ya que la presente investigación pretende describir la realidad de los profesionales en turismo que no cuentan con competencias lingüísticas del idioma inglés y cómo esto afecta en el momento de su inserción laboral.

La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (Tamayo, 1995, p. 35)

Otro autor define que:

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. (Sabino, 1985, p. 51).

Al describir las características en este caso específico de los profesionales de turismo que no hablan inglés se busca descubrir si es o no uno de los factores que inciden en su inserción laboral.

La **investigación propositiva** puesto que se pretende dar una solución al problema investigado. “La investigación de alcance propositivo se logra mostrando las falencias de la regulación o institución actual, para, luego de la corrección respectiva,

mostrar que el cambio propuesto es el mecanismo idóneo por el cual se superarán las dificultades iniciales”. (Odar, 2015, p. 16).

Después de haber explorado investigaciones previas y haber descrito la realidad se busca proponer una solución al problema encontrado, en éste caso, el Diplomado de inglés especializado para profesionales en turismo.

3.3. Diseño de investigación:

En el presente trabajo de investigación de acuerdo al alcance de los objetivos se realizó una investigación no experimental – transversal. Es no experimental puesto que se analiza la realidad y se observa la situación no se la crea y transversal porque los datos son recolectados en un solo momento.

La investigación no experimental: “Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos”. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 1991, p. 54).

Primero se observó los fenómenos que ocurren en la realidad, se identificó las variables pero no se manipuló, sólo se observó.

Diseño transversal: “En este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito esencial es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 1991, p. 54).

Lo que se busca es describir las variables y ver cómo se interrelacionan en un momento dado.

3.4. Métodos de investigación:

El método que se utilizó es inductivo - deductivo. Porque se parte de lo particular a lo general. En cualquier área del conocimiento científico el interés radica en poder plantear hipótesis, leyes y teorías para alcanzar una comprensión más amplia de los fenómenos.

A la ciencia le interesa confrontar sus verdades con la realidad concreta ya que el conocimiento, como se ha dicho, no puede considerarse acabado, definitivo, tiene que ajustarse continuamente, en menor o mayor grado según el área de que se trate, a la realidad concreta la cual se encuentra en permanente cambio. En este proceso de ir de lo particular a lo general y de éste regresar a lo particular tenemos la presencia de dos métodos: la inducción y la deducción. (Ruíz, 2007, p. 17-18).

La investigación parte de la inserción laboral de los profesionales de Turismo de las gestiones 2013, 2014 y 2015 que no cuentan con competencias lingüísticas del idioma inglés y por tal motivo se han visto limitados para su desempeño laboral.

3.5. Técnicas de investigación:

Las técnicas de investigación utilizadas en el presente trabajo de investigación fueron:

Revisión bibliográfica: En los trabajos de investigación se debe comenzar por conocer y revisar la información que ya existe sobre nuestro tema. Podemos definirla como “Proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido del material empírico impreso y gráfico, físico y/o virtual que servirá de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada”. (Rodríguez, 2013, p. 25).

Encuesta: Para Baker (1997) la investigación por encuesta es un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas. (Baker, 1997, p. 57-71).

Otro concepto de encuesta es:

“Se trata de una técnica de investigación basada en las declaraciones emitidas por una muestra representativa de una población concreta y que nos permite conocer sus opiniones, actitudes, creencias, valoraciones subjetivas, etc. Dada su enorme potencial como fuente de información, es utilizada por un amplio espectro de investigadores, siendo el instrumento de sondeo más valioso” (Díaz, 2012, p. 73).

3.6. Instrumentos de investigación:

En la presente investigación el instrumento que se utilizó fue el cuestionario el cual fue elaborado con preguntas cerradas.

Tabla 7 Técnicas e instrumentos

TÉCNICA	INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN
Revisión bibliográfica	Fichas bibliográficas	Procedimiento estructurado cuyo objetivo es la localización y recuperación de información relevante para un usuario que quiere dar respuesta a cualquier duda relacionada con su práctica.
Encuesta	Cuestionario	Se aplicó el cuestionario a: Profesionales de Turismo – UMSA que trabajan en empresas turísticas de la ciudad de La Paz. Director de Carrera de Turismo UMSA. Director de Post grado Carrera de Turismo - UMSA.
TÉCNICA		DEFINICIÓN
Encuesta estructurada		La encuesta es el procedimiento para recolectar datos de manera sistemática, el instrumento que se utiliza es el cuestionario, el cual será aplicado a la muestra de nuestro trabajo de investigación. La información obtenida será más fidedigna ya que se estará bajo el anonimato.

Fuente: Elaboración propia.

3.7. Validez y confiabilidad de instrumentos:

Todo instrumento de recolección de datos debe cumplir con los requisitos de confiabilidad y validez. La confiabilidad es definida por Hernández Sampieri; (1994) como "Un instrumento de medición que se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados" (p. 242).

Esto quiere decir que al someter el mismo instrumento a la misma población, los resultados no deben variar significativamente.

Para la validación de instrumento utilizado en esta investigación; el cuestionario dirigido a profesionales en turismo gestiones 2013 al 2015 que actualmente trabajan como prestadores de servicios turísticos y a los empleadores de empresas turísticas, se realizó una prueba piloto, para comprobar si los ítems de cada cuestionario son válidos y miden lo que se pretende medir. Para ello se aplicó la prueba piloto a 25 prestadores de servicios que son profesionales en turismo pero de gestiones pasadas y también a 20 empleadores de empresas turísticas y/o los encargados quienes se encargan de la contratación del personal de tales empresas.

Probar un instrumento es "Administrarlo a personas de diferentes medios y culturas, y luego en una pequeña población, no importa si es representativa o no". (UNA , 1999, p. 35).

Después de aplicar los cuestionarios a las personas elegidas para la prueba piloto y con el fin de conocer si es entendible o no, se les hizo las siguientes preguntas:

- ✓ ¿El lenguaje utilizado es claro y preciso?
- ✓ ¿Qué dificultades tuvo para responder?
- ✓ ¿Qué dificultades cree puedan tener otros encuestados?
- ✓ ¿Qué otras preguntas hubiera formulado usted?
- ✓ ¿Qué sugerencias haría?

Como se mencionó anteriormente, los cuestionarios deben ser respondidos por personas de características similares, ya que probar el instrumento (cuestionarios) ayuda a conocer si el instrumento que queremos aplicar cumple con las características requeridas que según la UNA (1999) debe responder a:

- ❖ Es adecuado.
- ❖ Es deficiente.
- ❖ Le faltan datos.
- ❖ Le sobran datos.
- ❖ Es preciso.
- ❖ Es muy difícil.

Se debe tener en cuenta que al elaborar los instrumentos para la recogida de información para nuestra investigación, los mismos deben ser confiables y válidos ya que al ser aplicados a nuestra muestra de esos resultados se harán generalizaciones para toda la población.

La prueba piloto consistió en la aplicación del cuestionario a profesionales en turismo de la UMSA de gestiones anteriores al 2013 y que actualmente trabajan en empresas turísticas.

El cuestionario que se aplicó constó de 8 preguntas cerradas y de opción múltiple. La prueba se llevó a cabo en agencias de viajes, hoteles y empresas de transporte turístico de la ciudad de La Paz en el mes de septiembre.

El objetivo central de esta prueba piloto era evaluar los siguientes aspectos como: redacción y comprensión.

En cuanto a la redacción se tomó en cuenta la cantidad de veces que se tuvo que leer una pregunta para que la persona respondiera y la necesidad de modificar la pregunta debido a la incompreensión de la misma.

Por otro lado la comprensión se hizo respondiendo a las siguientes preguntas:

¿La persona respondió de acuerdo a lo que se le preguntó?

¿La persona dudó u duró más tiempo del esperado en dar la respuesta?

¿La persona adelantó la respuesta antes de que se leyera toda la pregunta?

Con el fin de conocer las experiencias obtenidas a partir de la prueba piloto, se realizó una entrevista al momento de terminar la prueba para conocer la percepción que tuvieron al responder cada una de las preguntas del cuestionario. De esta forma, se logró obtener las diferentes percepciones que tuvieron al finalizar. Cabe mencionar que los datos obtenidos en las boletas, no serán procesados, puesto que el fin primordial de la prueba era evaluar el desempeño del cuestionario.

3.8. Fuentes de información:

Titulados de Turismo – Universidad Mayor de San Andrés de la ciudad de la Paz de las gestiones 2013, 2014 y 2015.

Empleadores de empresas turísticas de la ciudad de La Paz.

Director de la Carrera de Turismo – UMSA.

3.9. Descripción de unidad de estudios: Objeto, Unidad de estudio

3.10. Universo:

Profesionales de la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés bajo todas las modalidades (tesis, proyecto de grado y excelencia) que se titularon entre las gestiones 2013 y 2015. Total 197.

Cuadro 1 Titulados 2013, 2014 y 2015

Año de Titulación	Mujeres	Varones	Total
2013	48	12	60
2014	60	10	70
2015	53	14	67
TOTAL	161	36	197

Fuente: Kardex – Carrera de Turismo Universidad Mayor de San Andrés.

3.11. Muestra:

La población son los titulados de la carrera de turismo de la UMSA en las gestiones 2013 al 2015 que actualmente trabajan en empresas turísticas de la ciudad de La Paz.

En cuanto a los empleadores de empresas turísticas se tomó en cuenta a 32 dueños de: agencias de viajes de la ciudad de La Paz que legalmente establecidas son 59, empresas de hospedaje (hoteles, hostales, residenciales y alojamiento) 84 y guías de turismo 390.

3.12: Tipo de muestreo:

Por tratarse de un universo relativamente pequeño se hará una muestra no probabilística intencional porque los sujetos son seleccionados en función de su accesibilidad e intencionalidad del investigador. “La muestra no probabilística es la elección de los miembros de acuerdo al criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla” (Castro, 2003, p. 69).

Al ser intencional, se eligieron 57 titulados de turismo que trabajan en 20 empresas turísticas como ser: agencias de viajes, de transporte turístico, hospedaje y guías turísticos, que fueron elegidos según algunos criterios:

3.12.1. Criterios de inclusión:

- Titulados de la Carrera de Turismo de la UMSA entre las gestiones 2013 y 2015.
- Actualmente desempeñen algún cargo en una empresa turística.
- Que tengan como lugar de residencia la ciudad de La Paz.

3.12.2. Criterios de exclusión:

- Que no se encuentren en el país.
- Titulados de otras gestiones.
- Egresados.

Agencias de Viajes	Transporte turístico	Hospedaje	Guías de turismo
27	11	15	4

Respecto a los dueños de empresas turísticas, el muestreo se hizo por conveniencia para sacar información relevante en cuanto a la necesidad de hablar inglés para la inserción laboral de empresas turísticas. Al ser intencional, se encuestó a 20 dueños de empresas turísticas.

En cuanto a los criterios de inclusión:

Dueños de las empresas turísticas de la ciudad de La Paz

Criterios de exclusión:

Empresas turísticas de rubros que no sean agencia de viaje, hospedaje, empresa de transporte turístico y/o guías de turismo.

3.13. Categorización de las variables:

Es un proceso metodológico que consiste en descomponer deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general

a lo más específico; es decir que estas variables se dividen (si son complejas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices, ítems; mientras si son concretas solamente en indicadores, índices e ítems. (Carrasco Díaz, 2009, p. 36).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados por indicadores:

Actualmente lo que buscan los turistas son nuevas experiencias en el lugar visitado, el cual mínimamente debe estar provisto de infraestructura necesaria como ser: hospedaje, transporte, restaurantes, centros de información turística. En Bolivia la actividad turística empezó a cobrar mayor importancia desde que se incluye el turismo dentro del Plan Operativo Anual (POA) de todos los Gobiernos locales, es así, que en muchos de los principales destinos del país se cuenta con la infraestructura y la planta turística necesaria, sin embargo, se deja de lado la capacitación del personal a cargo quienes son parte fundamental de la calidad del espacio turístico.

El término calidad es muy amplio y puede ser aplicado a: el entorno en el que se desarrolla la actividad turística, los servicios de alojamiento, de comida, transportes, etc. Los profesionales dedicados a atender a los visitantes, las condiciones de vida de la población local y en conjunto la oferta turística. (Secretaría Nacional de Turismo de Méjico, 2000, p. 24-25)

En otras palabras, una de las formas en que los turistas miden la calidad está relacionada a la prestación de servicios y a la actitud de quienes están a cargo de la actividad turística, puesto que el objetivo central es hacer las cosas lo mejor posible, esto quiere decir, dar al turista lo que espera del destino visitado.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a los titulados de Turismo de la UMSA de las gestiones 2013, 2014 y 2015. Para llevar a cabo el análisis de forma clara se hizo el vaciado de datos en el programa estadístico SPSS (Statistical Program for the Social Science).

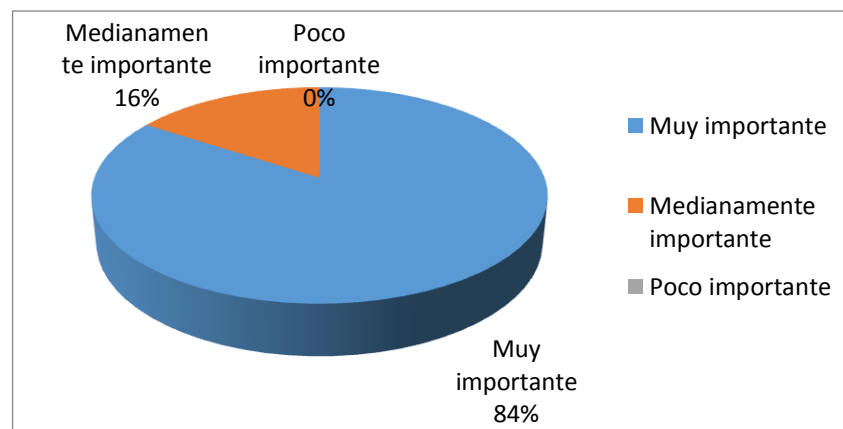
4.2. Resultados cuestionario a profesionales en Turismo - UMSA:

1. ¿Considera que es importante hablar inglés para acceder al mercado laboral?

Tabla 8 Inglés para el mercado laboral

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	48	85%
Medianamente importante	9	15%
Poco importante	0	0%
Total	57	100%

Cuadro 2. Inglés para el mercado laboral



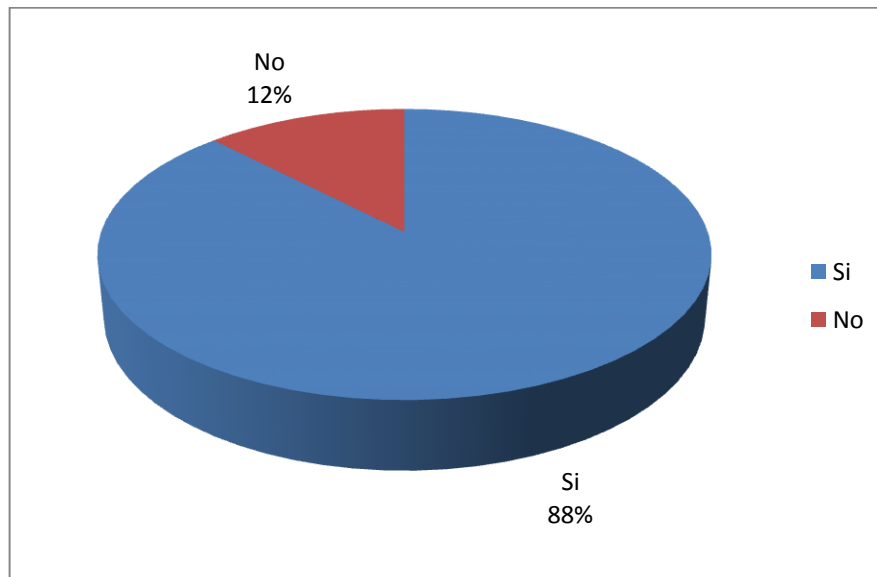
En la primera pregunta acerca de si el profesional en turismo considera que el dominio del idioma inglés debe primar en los servicios turísticos, los encuestados respondieron en un 85% que sí es muy importante, en tanto el 16% indicó que es medianamente y ninguno indicó que es poco importante. En general se puede apreciar la importancia que tiene hablar inglés para acceder al mercado laboral y aunque existen otros factores como la experiencia u otros dependiendo el área en el que se desenvuelvan el idioma sigue siendo el factor más importante.

2. ¿Para acceder a su actual trabajo uno de los requisitos fue hablar inglés?

Tabla 9 Inglés como requisito

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	88%
No	7	12%
Total	57	100%

Cuadro 3. Inglés como requisito.



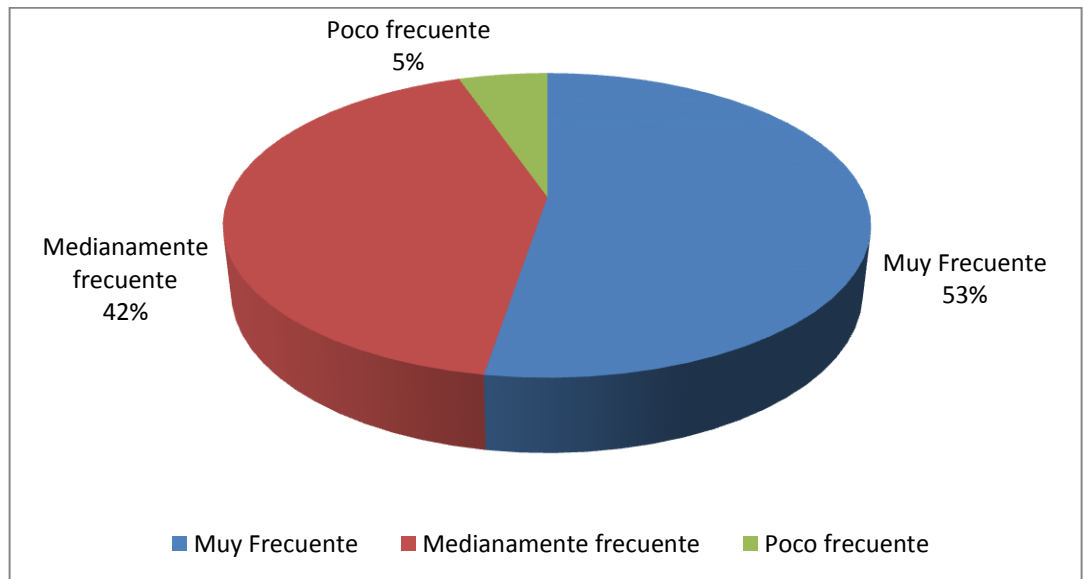
De la misma manera en la segunda pregunta el 88% de los profesionales precisaron que hablar inglés fue uno de los requisitos indispensables para acceder a su actual fuente laboral, sólo el 12% señaló que no fue requisito excluyente hablar algún idioma extranjero como el inglés.

3. ¿Con qué frecuencia utiliza en su fuente laboral el idioma inglés para comunicarse?

Tabla 10 Frecuencia que utiliza inglés

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy Frecuente	30	53%
Medianamente frecuente	24	42%
Poco frecuente	3	5%
Total	57	100%

Cuadro 4 Frecuencia que utiliza inglés



En la tercera pregunta el 53% indicó que utiliza muy frecuentemente el idioma inglés, por otra parte el 42% señaló que emplean medianamente frecuente el idioma en cuestión y sólo el 5% lo utilizan de manera poco frecuente.

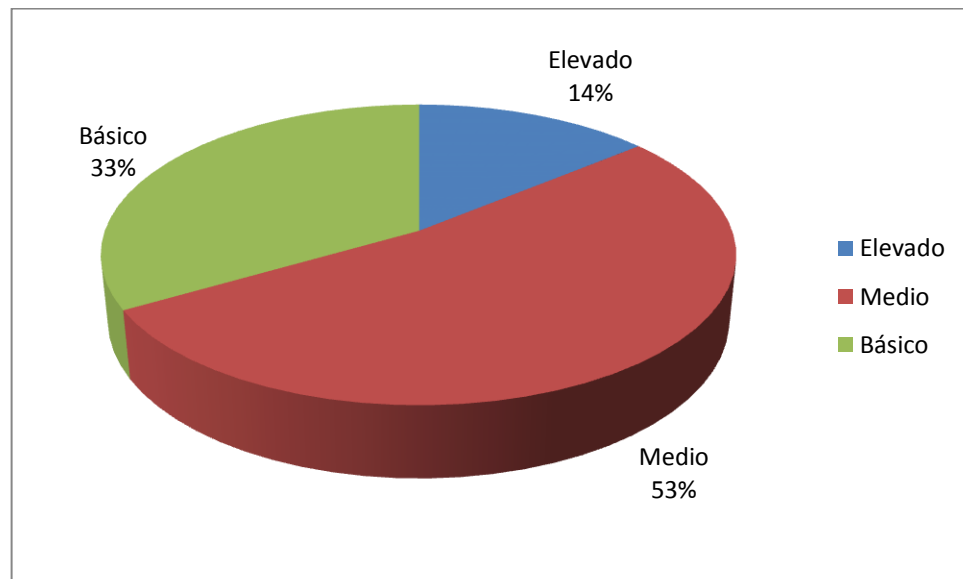
Sobre este punto cabe señalar que los turistas que tienen como lengua madre un idioma, que no sea español ni inglés, utilizan éste último para poder comunicarse pues es el más comercial.

4. Indique cuál es su nivel de inglés de acuerdo a su criterio.

Tabla 11. Nivel de comunicación en inglés

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Elevado	8	14%
Medio	30	53%
Básico	19	33%
Total	57	100,0

Cuadro 5. Nivel de comunicación en inglés



En la pregunta cuatro, respecto al nivel de comunicación en inglés de acuerdo a criterio personal el 14% señala que cuenta con un nivel elevado, mientras que el 53% refiere que maneja un nivel medio, y el 33% un nivel básico.

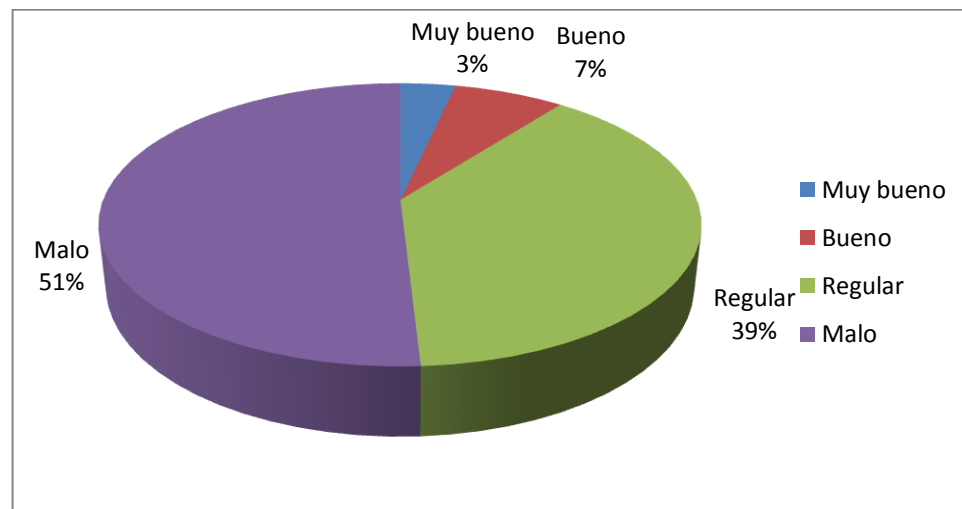
Esto quiere decir que aunque el idioma es un requisito para la inserción laboral, contar con un nivel básico es suficiente, ya que en la práctica diaria se puede mejorar el nivel.

5. ¿Cómo considera que fue su formación de inglés en su Carrera?

Tabla 12. Formación de inglés en su Carrera

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	2	3%
Buena	4	7%
Regular	22	39%
Mala	29	51%
Total	57	100%

Cuadro 6. Formación de inglés en su Carrera.



En la quinta pregunta el 51% de los encuestados considera que su formación en inglés fue mala, en tanto el 39% afirma que fue regular, seguido de un 3% que asegura que fue buena y sólo el 7% aseveró que fue muy buena.

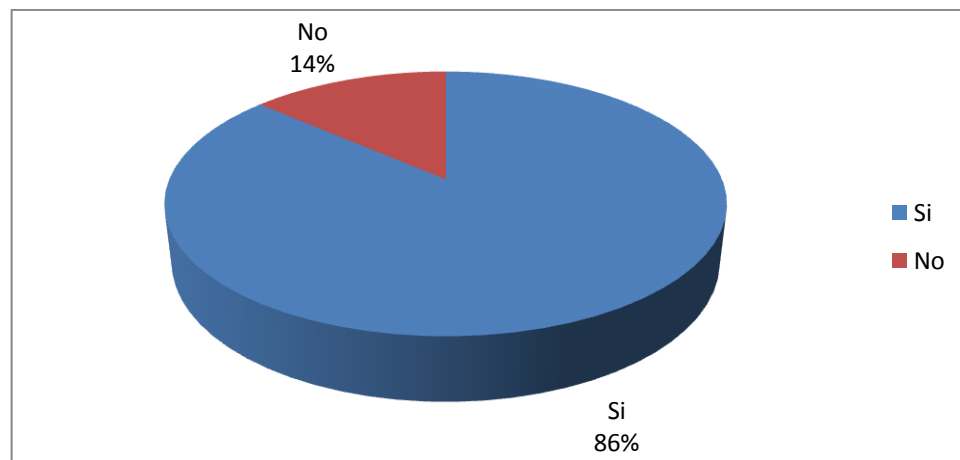
A pesar de que la mayoría de los encuestados no se encuentra conforme con la formación recibida en inglés se debe reconocer que si hubo avances en cuanto a la actualización de los contenidos en la materia de inglés que actualmente se imparte.

6. ¿Realizó cursos extracurriculares para aprender inglés?

Tabla 13. Cursos extracurriculares de inglés.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	86%
No	8	14%
Total	57	100%

Cuadro 7. Cursos extracurriculares de inglés.



En la sexta pregunta se observa en el cuadro 7 que el 86% de los encuestados aseguró que tomó cursos de inglés y sólo el 14% aseveró no haber efectuado cursos.

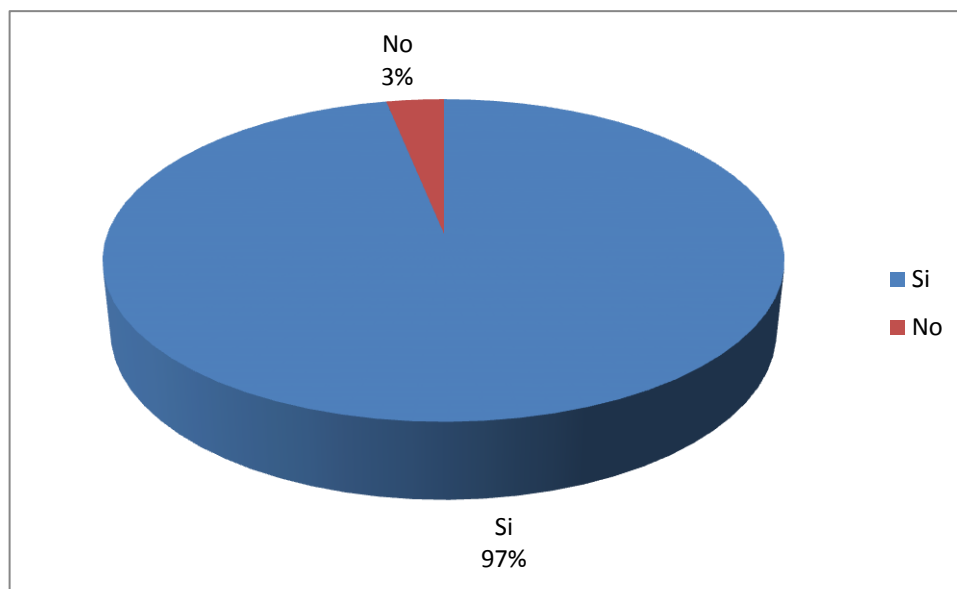
Es importante resaltar que no se precisó si se tomó cursos de inglés en etapa de colegio o exclusivamente para el desempeño laboral como profesionales en turismo.

7. ¿Está interesado en los cursos de capacitación a nivel de post grado que ofrecen las Universidades?

Tabla 14. Cursos de Post Grado.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	97%
No	2	3%
Total	57	100%

Cuadro 8. Cursos de Post Grado.



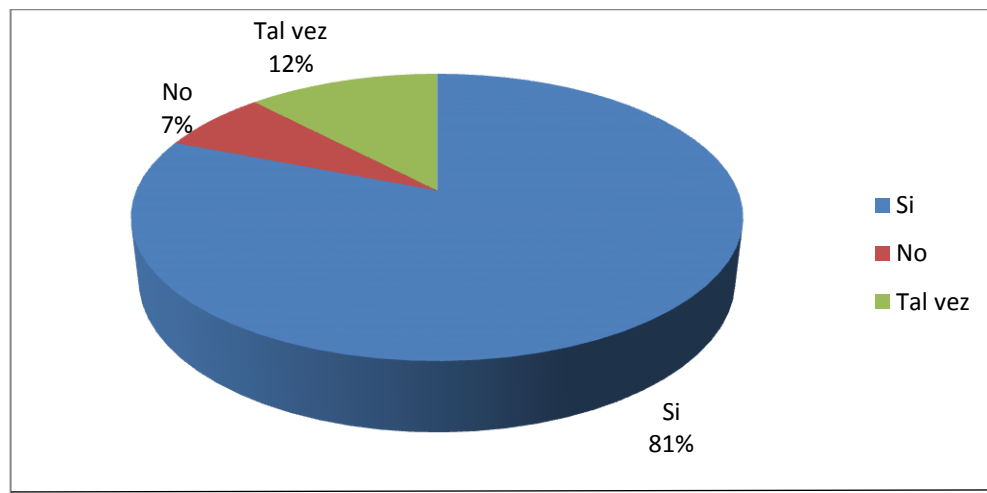
El 97% de los encuestados mostró interés en el caso de que se organicen capacitaciones/cursos de postgrado a través de las universidades; el 3% contestó que no sabe si tomaría los cursos o no.

8. ¿Estaría dispuesto a participar en un diplomado de inglés especializado para turismo?

Tabla 15. Diplomado en inglés especializado.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	81%
No	3	7%
Tal vez	7	12%
Total	57	100%

Cuadro 9. Diplomado en inglés especializado.



El 81% de los encuestados señala que estaría dispuesto a recibir capacitación especializada en cuanto al idioma inglés. El 12% señala que tal vez realizarían los cursos ya que no se encuentran seguros acerca del nivel de inglés y que tal vez no lo necesiten. Sólo el 7% considera que no tomaría los cursos porque tienden a ser de precios elevados.

Es importante señalar que actualmente no hay muchos cursos de postgrado dirigidos al sector turístico.

4.3. Resultado cuestionario a empleadores de empresas turísticas.

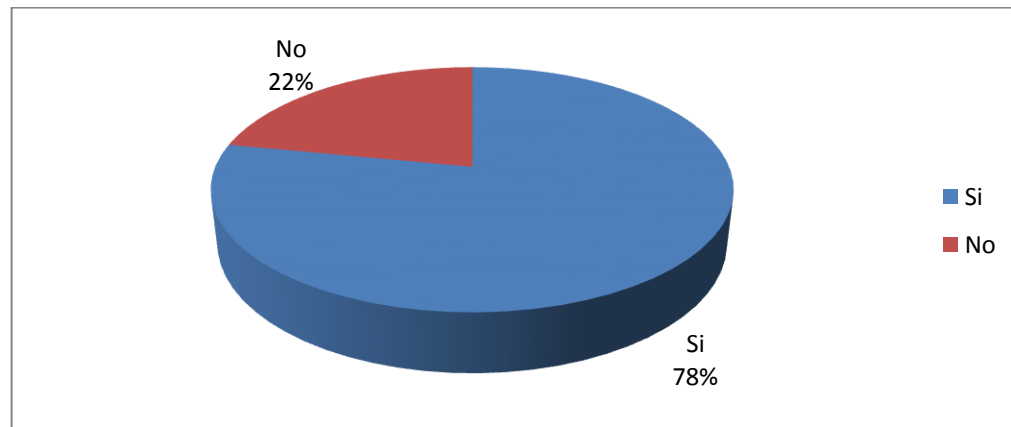
Con el propósito de identificar las percepciones que los empleadores de empresas turísticas al momento de la contratación se elaboró el cuestionario detallado a continuación.

1. Es indispensable hablar inglés para la contratación de personal en su empresa?

Tabla 16. Inglés para contrato

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	78%
No	7	22%
Total	32	100%

Cuadro 10. Inglés para contrato



En la primera pregunta los empleadores respondieron en un 78% que hablar inglés es imprescindible al momento de la y sólo el 22% indica que no es imprescindible.

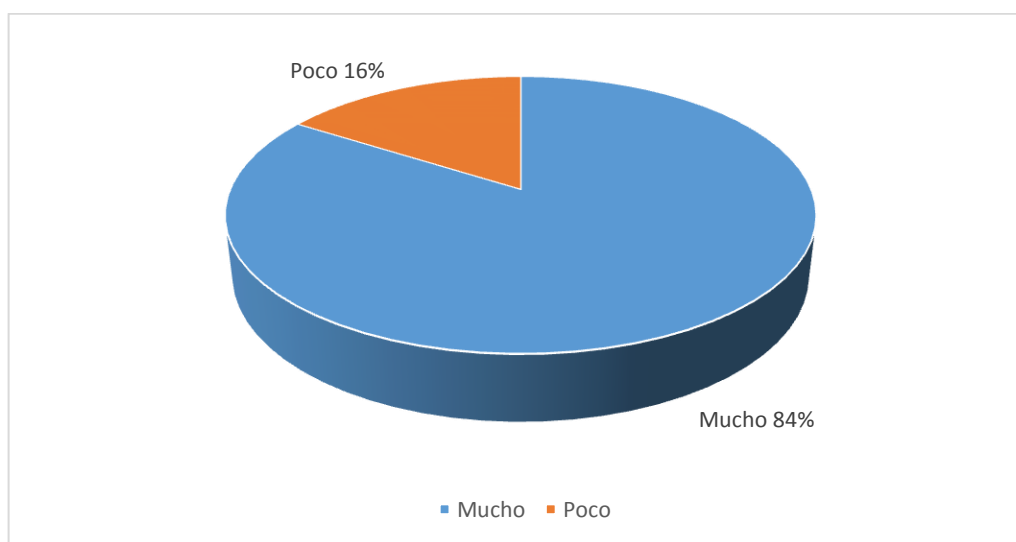
Es importante considerar que de acuerdo a los avisos en periódicos y redes sociales, el inglés es un requisito importante ya que se entiende que el personal estará en contacto directo con los turistas en las oficinas, mediante vía telefónica, a través de las redes sociales, etc.

2. Considera que el idioma inglés es imprescindible para la prestación de servicios en su empresa?

Tabla 17 Importancia del inglés.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	27	84%
Poco	5	16%
Total	32	100%

Cuadro 11. Importancia del inglés.



En lo que respecta a la segunda pregunta, los empleadores respondieron en un 84% que hablar inglés es imprescindible, frente al 16% que indica que no es imprescindible.

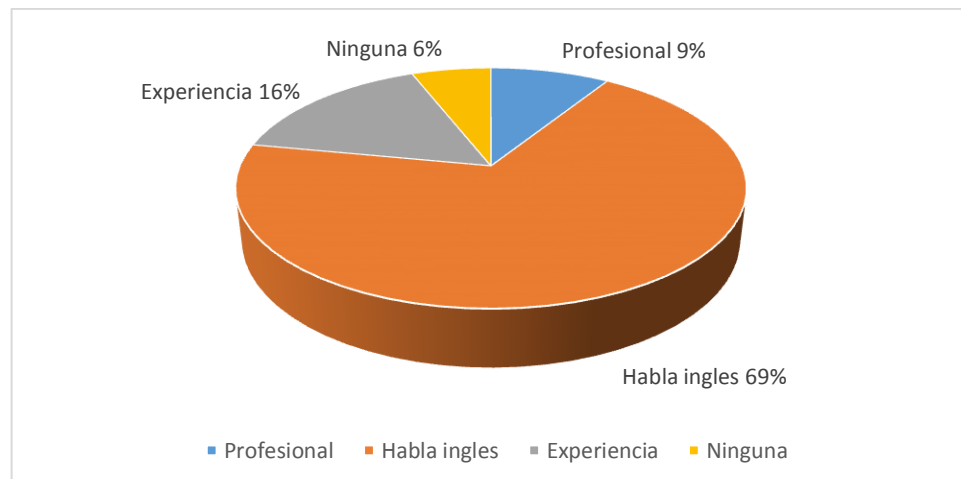
Hay que hacer notar que aunque hay turistas que hablan sólo inglés, también muchos de ellos si bien no dominan, entienden español.

3. Indique cuál de los siguientes aspectos es el más considerado para la contratación de personal en su empresa:

Tabla 18. Aspectos importantes para contratación.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	3	9%
Habla ingles	22	69%
Experiencia	5	16%
Otros	2	6%
Total	32	100%

Cuadro 12. Aspectos importantes para contratación.



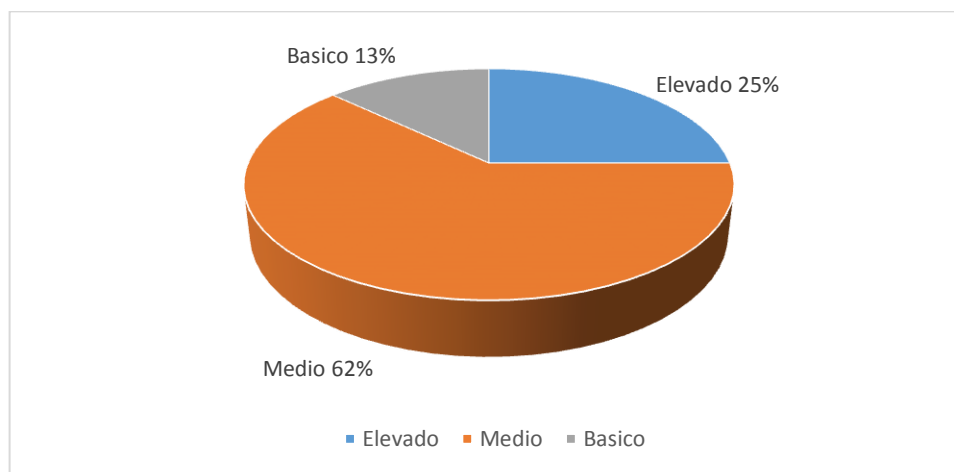
En la tercera pregunta los empleadores indicaron en un 69% que hablar inglés es el aspecto más valorado para la contratación de personal, seguido por un 16% que considera más importante la experiencia, sólo un 9% refiere que lo más importante es que sean profesionales del ámbito turístico.

4. ¿Cuál es el nivel requerido de inglés para acceder a un puesto laboral de su empresa?

Tabla 19. Nivel de inglés.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Elevado	8	25%
Medio	20	62%
Básico	4	13%
Total	32	100%

Cuadro 13. Nivel de inglés.



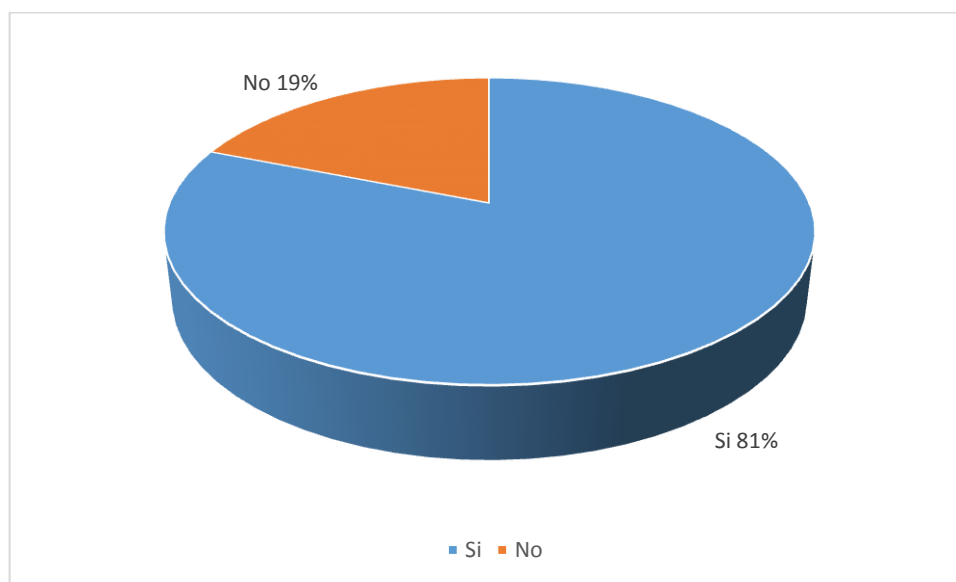
En la cuarta pregunta, acerca del nivel de inglés requerido para acceder a un puesto laboral de una empresa turística, el 62% señala que un nivel medio es suficiente porque permite interrelacionarse con los turistas y explicar las ofertas que se tienen. El 25% requiere de un alto nivel de inglés, esto de acuerdo al tipo de turista y servicios que ofrecen que es más especializado, finalmente, el 13% requiere de un inglés básico que les permita por lo menos entender los requerimientos de los turistas.

5. Considera importante que su personal realice cursos especializados en idioma inglés para turismo?

Tabla 20. Capacitación independiente.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	81%
No	6	19%
Total	32	100%

Cuadro 14. Capacitación independiente.



En la quinta pregunta el 81% señaló que consideran importante que su personal pueda realizar cursos de inglés especializado para el ámbito de turismo, por su parte, el 19% afirmó que no es importante.

4.4. Resultado entrevista realizada al Director de Carrera de Turismo.

1. ¿La formación académica en cuanto al idioma inglés de la Carrera responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz?

No se llenan las expectativas del mercado porque lamentablemente los 4 niveles de inglés que tiene la carrera no están en un nivel avanzado, porque la carga horaria que tenemos que son 80 horas académicas por semestre no llegan a completar la currícula ni tampoco el contenido programático por tanto las limitaciones son grandes y el contenido programático se ha circunscrito a un inglés básico que no satisface la real exigencia del mercado.

2. ¿Considera que el inglés debería ser tratado con más profundidad en la Carrera?

Sí, sin duda alguna, es una necesidad que hay que atenderla con prioridad, porque nosotros consideramos que el nivel básico está orientado a un nivel casi técnico medio y ya nuestra malla curricular ha cambiado y hoy en día hablamos de una licenciatura en el nivel ejecutivo y maestría en el nivel organizacional como gestores de políticas por tanto ese inglés técnico básico tiene q mejorar y tiene q responder al mercado en los niveles de negociación, formulación de políticas requieren un nivel más amplio por ello vamos a considerar con los docentes de inglés a través de la carrera de lingüística de que tengamos niveles de inglés diferenciado para el nivel técnico, nivel ejecutivo y nivel de maestría.

3. ¿Qué acciones considera importantes para cualificar la formación de los estudiantes en cuanto al idioma en inglés?

Tenemos en el plan curricular 3 niveles, 1 niveles técnico superior, nivel licenciatura y nivel maestría décimo primer semestre.

Estos 3 niveles de la currícula requieren también niveles programáticos y contenidos diferenciados. Los niveles de técnico superior deben tener un inglés orientado a la actividad turística como tal. Nivel ejecutivo un nivel más amplio, conciso y más universal complementado con el post grado, la maestría de turismo.

Las acciones q vamos a tomar son: reformular, modificar nuestro plan curricular en idiomas y hacer que éstos puedan responder a la exigencia de estos 3 niveles.

4. ¿En caso de una propuesta de un Diplomado en inglés especializado en Turismo?. ¿Qué acciones emprendería la carrera?

No hemos tenido experiencia alguna ni propuesta en un tema de post grado o diplomado en materia de idiomas pero considero primero es hacer un diagnóstico ver las necesidades si a nivel de post grado y diplomado se requiere esta formación cualificada aunque yo considero personalmente que sí. Si de darse unas oportunidades ya sea de manera interna o externa sin duda alguna haríamos un levantamiento y las acciones que emprenderíamos es empoderarnos de dicha propuesta y tratar de tener un nivel de quinto y sexto que vaya orientado a la especialidad de postgrado

4.5. Resultado entrevista realizada al Director de Post Grado de la Carrera de Turismo.

1. ¿Considera usted que la formación académica en cuanto al idioma inglés, como competencia lingüística, proporcionada por la Carrera de Turismo responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz?

Si, responde más que al mercado laboral, a las expectativas y necesidades de los profesionales en Turismo. El problema radica en que los profesionales no se

apropian, no conciben y por tanto, no utilizan este fundamental instrumento laboral de la mejor manera y no se actualizan casi nunca.

2. *¿Considera que el inglés debe ser tratado con más profundidad en la Carrera?*

Si, se debe sistematizar y actualizar permanentemente el PEA y sobre todo evaluar resultados en cada gestión (evaluación ex post)

3. *¿Qué acciones considera importantes de emprender para cualificar la formación de los estudiantes en cuanto al idioma en inglés?*

Permanente evaluación e incentivos académicos a los mejores estudiantes de las materias de inglés, así como el acceso a becas y/o prácticas empresariales, como preámbulo al acceso laboral.

4. *¿Qué acciones se deben seguir para mejorar el nivel de inglés en la carrera?*

Mejorar la formación y actualización de los docentes, actualizar contenidos programáticos y feed back para mejora continua

5. *¿En caso de una propuesta de la implementación de un Diplomado en inglés especializado en Turismo. Qué acciones emprendería?*

Todas las necesarias para cristalizar esta idea, a través de la Unidad de Post Grado de la Carrera de Turismo de la UMSA.

4.6. Análisis de resultados:

En primer lugar se evidencia lo importante que es para los profesionales en turismo hablar inglés ya que sin esta competencia lingüística no pueden insertarse al mercado laboral, esto también reconocen los empleadores de empresas turísticas puesto que se valora más hablar inglés que ser profesional en el área.

El Director de Carrera coincide con los profesionales al afirmar que el inglés impartido por la Carrera no satisface las necesidades del mercado puesto que es un nivel básico y que la mejora en inglés es una necesidad que se debe priorizar.

En cuanto a la propuesta de un diplomado de inglés especializado para turismo tanto el Director de Carrera y Post Grado de Turismo coinciden que es viable dicha propuesta para tratar de tener un nivel orientado a la especialidad de postgrado además es un área de especialización en la que la Carrera no tiene experiencias previas, por otra parte, los profesionales indican que sí estarían dispuestos a realizar el Diplomado porque aún son pocas las áreas de especialización que ofrece la Universidad en el ámbito de turismo.

4.7. Comprobación de hipótesis:

La hipótesis válida planteada:

Las carencias de competencias lingüísticas del idioma inglés inciden de manera negativa en la inserción laboral de los profesionales de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés.

Queda comprobada porque después de aplicar los instrumentos a los profesionales de turismo 2013-2015, a los empleadores de empresas turísticas se determinó lo importante que es hablar inglés como un segundo idioma ya que no contar con ésta competencia lingüística limita la inserción laboral.

La entrevista realizada al Director de Carrera comprueba que la enseñanza del idioma inglés es una debilidad ya que los docentes de la materia son del área de lingüística e idiomas pero no tienen la especialidad en turismo.

Se reconoce que el campo laboral en turismo es limitado y que aunque idealmente lo que se busca es que los profesionales trabajen en la gestión del turismo, por los pocos espacios laborales que existe en el sector público, los profesionales deben insertarse

al mercado laboral en empresas turísticas, sin embargo, al no hablar inglés el campo profesional se reduce aún más las oportunidades de inserción laboral.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DIPLOMADO DE INGLÉS ESPECIALIZADO PARA TURISMO

En cuanto a la estructuración del diplomado, el mismo se elaboró de acuerdo a la planificación del Reglamento general de estudios de Post grado de la Universidad Boliviana teniendo en cuenta la propuesta en el documento como se detalla a continuación.

5.1. Introducción:

Teniendo en cuenta que los titulados en turismo requieren un alto nivel de inglés además de una gran capacidad de conversación y considerando que no hay ningún sector en el que el conocimiento del inglés sea tan imprescindible como en el turístico, es importante hablar este idioma para poder insertarse al mercado laboral de este sector. Por tal motivo, el presente diplomado ofrece un curso con gramática, vocabulario, expresiones orales y escritas específicas utilizadas en la industria del turismo.

El curso está dirigido a los profesionales en turismo con conocimientos básicos de inglés ya que está diseñado para mejorar las capacidades lingüísticas que según el Marco Europeo común de referencia son comprender (comprensión auditiva y comprensión lectora), hablar (interacción oral y expresión oral) y escribir (expresión escrita) (CONSEJO DE EUROPA, 2002, p. 26-27), con el fin de mejorar la comunicación con los turistas y mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos. Así pues, se busca que el profesional en turismo sea capaz de atender bien al turista extranjero, esto es algo fundamental para las empresas turísticas, es por esta razón que se hace necesario que los profesionales del sector sepan inglés especializado, también conocido como inglés técnico.

5.2. Antecedentes:

En la actualidad los estudios de post grado son altamente requeridos por los profesionales para especializarse y actualizarse en áreas de su interés puesto que la educación continua se entiende como una actividad académica organizada y dirigida a profesionales o a personas con formación o práctica profesional técnica o laboral acumulada, quienes insertas en el medio laboral, requieren no sólo de conocimientos teóricos o prácticos, también necesitan competencias para el mejor desempeño de su trabajo.

La UMSA de la ciudad de La Paz, es una casa superior de estudios y que de acuerdo a la Nueva Constitución Política del Estado en los Art. 91° y 97°, señala que la misión de la educación superior es el de cualificar a los recursos humanos y que la educación post gradual debe estar orientado a ello.

La UMSA no ofrece cursos post graduales de inglés especializado así que la presente propuesta pretende innovar así como ayudar a la cualificación de los profesionales de Turismo.

En el caso de la Carrera de Turismo de la UMSA, perteneciente a la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación ofrece la Maestría en desarrollo Turístico Sustentable, aunque en cuanto al contexto podemos señalar que según la Gerente General de (Boltur) Lourdes Omoya el flujo turístico en Bolivia se duplicó entre el 2005 y 2015 puesto que en los últimos años se realizaron campañas para promocionar el turismo a nivel internacional y que ya Bolivia no es un destino de paso sino un destino final, considerando los importantes atractivos con los que se cuenta. También indicó que la proyección a 2020 es duplicar el flujo turístico para que la actividad turística se convierta en uno de los sectores más importantes para aportar al país. (Bolivia.com ABI)

No obstante, Bolivia sigue siendo conocida en el exterior como un país constantemente convulsionado en lo que refiere a los conflictos políticos y sociales que aunque han disminuido no han desaparecido en su totalidad, sin embargo, no son tan frecuentes como anteriormente ocurría.

En Enero del presente año el Viceministro de Turismo Jaime Rossell, participó en la XIX Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET), que se llevó a cabo previa a la Feria Internacional de Turismo (Fitur). Donde afirmó que la calidad permitiría competir con países vecinos, sin embargo, se debe invertir en la mejora de carreteras y las telecomunicaciones. Además, presentó el plan quinquenal 2015-2020, para convertir el turismo en un sector estratégico y productivo que genere empleo, reduzca la pobreza y cree una industria inclusiva, respetando la sostenibilidad.

Por consiguiente, esta es una de las razones por las cuales es pertinente contar con profesionales capacitados que respondan a las exigencias del mercado para hacer de la actividad turística en Bolivia el sector productivo y estratégico que se desea.

5.3. Justificación:

En cuanto a la realización del diplomado de inglés especializado para turismo, apoyaría a los estudiantes para conocer terminología especializada puesto que los conocimientos se imparten con casos prácticos, prácticas de lenguaje, etc. Teniendo en cuenta que está diseñado para aprender inglés de acuerdo a las necesidades de profesionales del área de turismo.

Es importante reconocer que en el ámbito turístico se puede trabajar en dependencias públicas o privadas, por tanto, en el diplomado se practicará el lenguaje especializado que necesita el profesional en turismo que trabaja como prestador de servicios mientras aprende como dar o solicitar información turística, vocabulario, hacer una reserva, como brindar información sobre servicios y atender a los clientes.

En pocas palabras un profesional bien preparado tiene un mejor futuro, es por eso se propone el presente Diplomado que combina la experiencia laboral de los estudiantes como parte de empresas turísticas en un curso de inglés especializado para el área.

A continuación se mencionan algunas de las ventajas:

Los cursos serán impartidos por personal altamente calificado.

Clases de exposición, clases interactivas y proyección y análisis en inglés.

Discusiones grupales, reflexiones, presentaciones individuales y grupales, estudio de casos, observación de pares y uso de recursos tecnológicos.

Talleres grupales.

El objetivo principal de la propuesta del Diplomado es mejorar las competencias lingüísticas del idioma inglés de los titulados de turismo de la UMSA y tal como se señala en el Reglamento General de Estudios de Posgrado del Sistema de la Universidad Boliviana:

El Posgrado está orientado a profundizar y complementar estudios, a perfeccionar destrezas profesionales, a adquirir habilidades para la investigación y a generar conocimientos científicos, en correspondencia con los problemas de interés local y nacional y a las opciones de cambio conforme al avance de la ciencia y la tecnología. Los Estudios de Posgrado se clasifican en: a) Los que no otorgan grados académicos: Diplomado, Actualización, Educación Continua, Extensión y Ampliación. Estos, tienen como finalidad actualizar y perfeccionar al profesional en un determinado campo. b) Los que otorgan grados académicos: Especialidad, Maestría y Doctorado. (*XI Congreso de la Universidad Boliviana*).

5.4. Fundamento epistemológico:

En primer lugar, se parte de la definición de que el constructivismo entiende al conocimiento como algo que construye cada persona a través de un proceso de aprendizaje en interacción con el medio social y cultural que lo rodea.

El quehacer didáctico que deriva del enfoque histórico-cultural, se basa en los siguientes postulados generales:

Acerca del carácter educativo de la enseñanza;

“cualquier situación de instrucción, si se la concibe vinculada con la vida de la sociedad y de la profesión, en el contexto sociohistórico en que vive el estudiante, necesariamente debe contener aspectos que puedan ser analizados y valorados con una perspectiva axiológica, ante la cual asumir una determinada definición”. (Druker, 2002, p. 48).

Por otro lado, el carácter científico del proceso de enseñanza; entendido en su dimensión dialéctica, la vía que permite al pensamiento resolver el problema específico del conocimiento teórico del mundo consiste en “elevarse de lo abstracto a lo concreto” (Canfux, 1996, p. 36);

Así también, la enseñanza como medio de desarrollo está orientado al contenido y los ritmos de aprendizaje de modo de desarrollar al máximo las potencialidades del estudiante.

Por consiguiente, la necesidad de un Diplomado de inglés especializado en inglés surge con el objetivo de resolver el problema del nivel de inglés impartido por la Carrera de Turismo de la UMSA, además sirve para dar respuesta a los profesionales que no cuentan con ésta competencia lingüística y que por tal motivo no pueden insertarse al mercado laboral.

Por lo tanto, la enseñanza del inglés a través del diplomado es un desafío para quienes trabajan en el ámbito del turismo, específicamente como prestadores de servicios turísticos, debido a que gracias a la interacción con personas de todo el mundo es de vital importancia profundizar el conocimiento del idioma como parte de nuestra formación profesional.

5.5. Objetivos:

- Profundizar los conocimientos de gramática, léxico y terminología específica utilizada en la industria del turismo.
- Actualizar los conocimientos en inglés especializado en turismo para la eficiencia en el desempeño laboral.

5.6. Características del programa:

En el caso del presente diplomado, se caracterizará porque los módulos son prácticos con situaciones reales, utilizando tecnología que permite conocer el léxico y además prácticas grupales para una formación con calidad.

Es decir, que permite desarrollar las habilidades necesarias para el aprendizaje del idioma relacionadas con: escucha, lectura, expresión oral y escrita.

Además también se trabajaría con videos interactivos para la práctica de diferentes pronunciaciones.

Los conocimientos son impartidos por áreas: comprensión, lectura, expresión oral y gramática en cada uno de los módulos.

5.7. Criterios de Admisión:

Mínimamente los postulantes a programas de post grado deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Poseer Diploma Académico y Título profesional con grado técnico Superior o Licenciatura.
- Conocimiento básico de inglés.

5.8. Duración:

El Diplomado tiene una duración de 5 meses, divididos en 5 módulos.

Las clases serán de lunes a viernes con una duración de 3 horas académicas.

5.9. Proceso de autoevaluación:

De acuerdo a los guías establecidos por el CEUB el “Diplomado de inglés especializado en turismo” se autoevaluará a la finalización del mismo.

- Modelo curricular
- Perfil del graduado
- Estructura curricular
- Plan de estudios: Módulos.
- Métodos de enseñanza – aprendizaje.
- Sistemas de evaluación de aprendizajes.
- Monografía como modalidad de graduación.

5.10. Perfil del graduado:

Al finalizar este programa los diplomantes serán capaces de:

- Conocerá las estrategias comunicativas necesarias para comunicarse en inglés.
- Aplicará los conocimientos, teóricos y prácticos adquiridos, al campo laboral.
- Utilizará los conocimientos del idioma Inglés en beneficio de las empresas turísticas donde se desempeñen laboralmente.
- Poseerá un manejo eficaz de la estructura sintáctica y semántica del discurso oral y escrito del inglés como idioma extranjero aplicado al turismo.
- Estará formado en inglés especializado en turismo.

Hacer

- Aplicará saberes, utilizando los constructos teóricos de su formación con apoyo de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Vivir

- Utilizará los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante su preparación profesional para desempeñarse con eficiencia y eficacia ya sea en las empresas privadas o también como gestores.
- Será capaz de transmitir, a las personas de habla inglesa, los aspectos más importantes de los destinos turísticos que visiten.

Ser

- Ser parte activa en el crecimiento de la empresa turística, al utilizar sus conocimientos del idioma Inglés para mejorar el servicio al cliente.

5.11. Estructura curricular:

5.11.1. Plan temático general:

De acuerdo a la descripción que hace el Marco Común Europeo de Lenguas, con el presente diplomado se busca que los estudiantes obtengan un nivel B1.

Comprensión Auditiva: Comprendo las ideas principales cuando el discurso es claro y normal y se tratan asuntos cotidianos que tienen lugar en el trabajo, en la escuela, durante el tiempo de ocio, etc. Comprendo la idea principal de muchos programas de radio o televisión que tratan temas actuales o asuntos de interés personal o profesional, cuando la articulación es relativamente lenta y clara.

Comprensión de Lectura: Comprendo textos redactados en una lengua de uso habitual y cotidiano o relacionado con el trabajo. Comprendo la descripción de acontecimientos, sentimientos y deseos en cartas personales.

Interacción Oral: Sé desenvolverme en casi todas las situaciones que se me presentan cuando viajo donde se habla esa lengua. Puedo participar espontáneamente en una conversación que trate temas cotidianos de interés personal o que sean pertinentes para la vida diaria (por ejemplo, familia, aficiones, trabajo, viajes y acontecimientos actuales). **Expresión Oral:** Sé enlazar frases de forma sencilla con el fin de describir experiencias y hechos, mis sueños, esperanzas y ambiciones. Puedo explicar y justificar brevemente mis opiniones y proyectos. Sé narrar una historia o relato, la trama de un libro o película y puedo describir mis reacciones.

Expresión Escrita: Nivel B1: Soy capaz de escribir textos sencillos y bien enlazados sobre temas que me son conocidos o de interés personal. Puedo escribir cartas personales que describen experiencias e impresiones.

Sigla	Módulos	horas académicas	horas teóricas y de investigación	total de horas	créditos
IET-101	Vocabulary and topics	80	40	120	3
IET-102	General tourist information	80	40	120	3
IET-103	How to do bookings	80	40	120	3
IET-104	Tourist service provider	80	40	120	3
IET-105	Dealing with last minute problems before a tourist service	80	40	120	3
	Total de Horas	400	200	600	15

Fuente: *Elaboración propia*

5.11.2. Formas organizativas de enseñanza:

Con el fin de que el alumno logre comunicarse en inglés en las diferentes actividades profesionales vinculadas a los servicios turísticos. Deben alcanzar los siguientes objetivos:

- Interpretar mensajes orales de complejidad media en inglés, expresados por los clientes y proveedores a velocidad normal, emitidos en el ámbito de la actividad turística.
- Interpretar los aspectos generales de mensajes y documentos de cierta complejidad escritos en inglés, recibidos o utilizados en el ámbito de la actividad turística, extrayendo la información relevante.
- Producir con fluidez mensajes orales en inglés medianamente complejos, referidos al contexto profesional del turismo.
- Producir en inglés documentos escritos, correctos gramatical ortográficamente, utilizando un vocabulario amplio, propio del ámbito profesional del turismo.
- Comunicarse oralmente con uno o varios interlocutores en inglés estándar, expresando e interpretando con fluidez, mensajes medianamente complejos en distintas situaciones, formales e informales, propias de los servicios turísticos.

5.11.3. Fondo de tiempo (Carga horaria y creditaje).

La estructura del “*Diplomado de inglés especializado en turismo*” estará formada por 5 módulos, con una duración de 5 meses y con un total de 600 horas, 400 horas académicas y 200 horas teóricas y de investigación.

El participante al finalizar el programa deberá presentar una monografía para obtener el título de Diplomado.

Cada módulo durará un 1 mes (4 semanas) y las clases serán presenciales de lunes a viernes con duración de 3 horas por día, lo que equivale a 4 horas académicas por día, 20 horas académicas por semana y 80 horas por módulo.

5.11.4. Contenido de los módulos.

Módulo I:

Vocabulary and topics		
Sigla: IET-101	<i>Carga Horaria:</i> 120	<i>Créditos:</i> 3
Objetivo	Conocer la terminología turística en cuanto a léxico y escritura. Expandir el vocabulario y mejorar la fluidez para brindar servicios ofrecidos.	
Contenidos	Glosario de términos. Cómo solicitar información turística. Cómo brindar información turística. Vocabulario de viajes. Dar consejos y sugerencias. Recomendaciones	
Metodología	La metodología será teórica y práctica para que mediante la misma se introduzcan los nuevos conceptos, y los diplomantes puedan familiarizarse con los mismos.	
Bibliografía	WYATT, Random. Check your English vocabulary for Leisure, Travel and Tourism. Ed. Bloomsbury Publishing Plc, Londres. 2005. HARDING, Keith. Henderson, Paul. English for the hotel and tourist industry. Ed. Oxford University Press. s/d.	

Módulo II:

General tourist information		
Sigla: IET-102	Carga Horaria: 120	Créditos: 3
Objetivos	Conocer las mejores formas de asistir a los turistas.	
Contenidos	Ayudar a los turistas cuando piden servicio y ayuda, informando y explicando las medidas de seguridad. Informar sobre los conflictos sociales y mejores alternativas para evitar quedar varados.	
Metodología	Los contenidos están estructurados en dos etapas: Explorar: Introduce los contenidos de la unidad y hacer prácticas en situaciones de la vida real. Practicar: Permite reforzar y practicar los contenidos de la unidad, interviniendo en los y realizando ejercicios para consolidar el aprendizaje de las estructuras gramaticales.	
Bibliografía	STOTT, T; REVELL R, Highly recommended 1. Ed. Oxford University. 2005	

Módulo III:

How to do bookings		
Sigla: IET-103	Carga Horaria: 120	Créditos: 3
Objetivos	Como hacer reservas en la oficina, vía telefónica, vía online. Conocer terminología turística aplicada de acuerdo a los tipos de empresas.	
Contenidos	Reservas de acuerdo al tipo de empresa En el aeropuerto. Hacer una reserva hotelera. Agencias de viajes. Sector gastronómico.	
Metodología	Aplicar la información recibida y el nuevo vocabulario adaptándolo según el contexto.	
Bibliografía	ZWIER, Lawrence; CAPLAN, N. <i>Everyday English for Hospitality Professionals</i> . Ed. Casey Malacher.	

Módulo IV:

Tourist service provider		
<i>Sigla: IET-102</i>	<i>Carga Horaria: 120</i>	<i>Créditos: 3</i>
Objetivo	Conocer la forma adecuada de brindar la información requerida por los turistas. Mejorar su preparación para la expresión oral	
Contenidos	Vocabulario de viajes. El rol del prestador de servicios turísticos. Tipos de servicios según la empresa turística. Cómo atender a los clientes.	
Metodología	La metodología será teórica y práctica para introducir y familiarizar al estudiante a la terminología turística.	
Bibliografía	Raymond Murphy, English Grammar in Use Intermediate. Cambridge UP.	

Módulo V:

Dealing with last minute problems before a tourist service		
Sigla: IET-105	Carga Horaria: 120	Créditos: 3
Objetivos	Conocer las mejores formas de asistir a los turistas.	
Contenidos	Cómo manejar los reclamos de los turistas. Informar sobre los conflictos sociales que podrían afectar los tours.	
Metodología	Los contenidos están estructurados en dos etapas: Explorar: Introduce los contenidos del módulo y hacer prácticas en situaciones de la vida real. Practicar: Permite reforzar y practicar los contenidos del módulo interviniendo en los y realizando ejercicios para consolidar el aprendizaje de las estructuras gramaticales.	
Bibliografía	STOTT, T; REVELL R, Highly recommended 1. Ed. Oxford University. 2005	

5.12. Métodos de enseñanza:

Actividad	Trabajo del profesor	Trabajo del estudiante
Clases participativas	Clases presenciales. Trabajo en grupos para promover el aprendizaje cooperativo. Explicaciones iniciales y el aporte de pautas para el desarrollo del resto del trabajo.	Desarrollo de los ejercicios propuestos en el aula, individuales o de grupo.
Resolución de ejercicios y casos prácticos	Resolución de ejercicios orales y escritos por los que se ponen en práctica los contenidos teóricos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Resolución de ejercicios. ✓ Participación activa del estudiante. ✓ Formación de grupos de trabajo en el aula. ✓ Resolución de ejercicios propuestos en el aula.
Trabajo en grupo y exposición	Se explica el trabajo a realizar por los alumnos de grupo, incidiendo en la importancia de la exposición.	Completar el trabajo en grupo con los ejercicios individuales propuestos.
Trabajo de investigación	Se dan pautas para que los alumnos sean capaces de buscar por sí mismos el material necesario para su investigación	Organización y evaluación de dicho material

5.13. Métodos de enseñanza:

Se empleará estrategias de enseñanza aprendizaje basadas en la formación por competencias, el constructivismo (aprender haciendo y produciendo). Por tratarse del aprendizaje de una segunda lengua es imprescindible hacer prácticas orales y escritas en cada clase.

- El Método de preguntas.
- El estudio de problemas y diagnóstico de situaciones.
- El Método de casos.

5.14. Medios de enseñanza:

Para el desarrollo del Diplomado se requiere los siguientes recursos educativos:

- DataShow
- Material pedagógico digital especializado de apoyo.
- Televisión.
- Dvd.

5.15. Sistema de Evaluación:

Cada docente en su respectivo módulo, otorgará determinado puntaje al desempeño directo, a las evidencias de producto y a las evidencias de conocimiento.

De acuerdo al Reglamento General de Postgrado del CEUB, la nota mínima de vencimiento de cada módulo es de sesenta y cinco puntos (65).

Aunque en cada módulo el docente es libre de elegir el método de evaluación de acuerdo con los estudiantes, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Evaluación Presencial – Asistencia mínima 80%.
- Trabajos prácticos.
- Participación en Clases, “grupales e individuales”

5.16. Requisitos de Graduación:

Para obtener el grado el participante deberá:

- Haber concluido satisfactoriamente los módulos de acuerdo al Plan de Estudio.
- Presentar y tener el informe de evaluación aprobado del trabajo final monográfico.

5.17. Modalidad de Graduación:

Al concluir los cinco módulos los estudiantes deberán presentar un trabajo monográfico.

La evaluación estará en cargo de un docente revisor designado por la dirección de postgrado, de acuerdo a los reglamentos pertinentes para los trabajos de postgrado.

En caso de presentarse algún impedimento, el post graduante deberá sujetarse a un plazo de cuatro meses como máximo para la presentación; transcurrido el mencionado plazo se cerrará el Kárdex Académico del programa, certificándose solamente los módulos aprobados en la fase de la colegiatura. El plazo rige a partir de la conclusión del programa.

Certificación y/o título Otorgado.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones:

Después de la investigación realizada se puede concluir que todos los objetivos formulados fueron cumplidos.

El objetivo general planteado fue:

Determinar la importancia de las competencias lingüísticas del idioma inglés para la inserción laboral de los profesionales de la Carrera de Turismo de la UMSA.

Con la información recolectada, a través de las técnicas e instrumentos como el cuestionario y la entrevista aplicada a los prestadores de servicios, empleadores de empresas turísticas y al Director de Carrera de turismo se llegó a la conclusión que se necesita mejorar los contenidos de la materia de inglés, puesto que para la inserción y desempeño laboral el inglés es imprescindible.

En cuanto al logro de los objetivos específicos, el primero planteado fue:

Conocer el grado formación en inglés impartido por la Carrera de Turismo.

Se pudo conocer que los profesionales no están conformes con la enseñanza del idioma inglés en la Carrera, ya que los contenidos no están adecuados al área, así también el Director de la Carrera señaló que el idioma inglés es una de las debilidades que deben superarse en pro de los futuros profesionales.

Los profesionales de turismo que fungen funciones como prestadores de servicios proporcionaron información importante y significativa en cuanto a la importancia que tiene hablar inglés tanto como requisito para su inserción laboral y para el desempeño de sus funciones, también reconocen los profesionales y el director de Carrera que aunque se imparte la materia en cuatro semestres los resultados obtenidos no fueron los esperados por los titulados de las gestiones 2013, 2014 y 2015.

El segundo objetivo específico señala que:

Identificar las competencias lingüísticas del idioma inglés que requiere el profesional de Turismo UMSA para su efectiva inserción laboral. Las competencias lingüísticas de los profesionales en turismo son comprensión oral, comprensión escrita, expresión oral y escrita que es imprescindible para la calidad en la prestación de servicios; ya que los turistas se sienten mejor atendidos si pueden comunicarse en inglés, puesto que muchos de ellos, aunque no lo hablan como primera lengua lo utilizan porque se entiende que el inglés es el idioma más aceptado en el mundo.

El tercer objetivo es la propuesta de un Diplomado.

Diseñar un curso de post grado a nivel de Diplomado de inglés especializado en el área turística.

Con todos los resultados obtenidos y conscientes de la necesidad de mejorar las competencias lingüísticas se hizo la propuesta de un Diplomado especializado en el área turística con el fin de coadyuvar a los profesionales en el desempeño de sus funciones laborales

Por otra parte, los profesionales muestran grandes expectativas sobre capacitación en inglés especializado en turismo, como ya sucede en otros países.

El Director de Carrera, licenciado Téllez, considera que es importante hacer mejoras en cuanto a los contenidos del idioma inglés y de un curso de especialización previo diagnóstico, puesto que reconoce que son limitados los puestos laborales para los profesionales en turismo.

Los empresarios del área turística identifican que el inglés como competencia lingüística debe desarrollarse durante la formación universitaria, porque el dominar un idioma como el inglés es imprescindible al momento de la contratación de personal.

Así también manifiestan su interés en participar del diplomado en inglés especializado en turismo que pudiese brindar la Universidad. Por otra parte la UNESCO International Standard Classification of Education menciona que la educación general está diseñada para guiar a los estudiantes en el conocimiento de asignaturas pero no a proporcionar una preparación que dirija a la inserción en el mercado laboral, he ahí la ruptura que hay entre lo aprendido en la universidad y la práctica profesional, es por eso que las universidades e instituciones educativas deben facilitar las condiciones de capacitación para una óptima inserción laboral.

6.2. Recomendaciones:

Como puede apreciarse con los resultados de los cuestionarios, aplicados a los profesionales de Turismo de la UMSA, la actitud hacia mejorar sus competencias lingüísticas del idioma inglés tiene una importancia clave porque pueden cualificar sus labores en sus actuales fuentes de trabajo, además que también podrá ayudar a la parte de los profesionales que aún no están inmersos en la actividad turística laboral precisamente por no hablar inglés, es por ésta razón que se propone un diplomado de inglés con especialidad en el ámbito turístico.

En cuanto a los factores cognitivos es necesario favorecer procesos de asimilación del idioma inglés en términos de una búsqueda personal significativa y satisfactoria, es decir, fomentar la motivación desde adentro por medio de estrategias encaminadas a lograr las siguientes metas:

Hacer entender al estudiante universitario la importancia de aprender y dominar una segunda lengua (inglés).

Lograr que considere como una importante conexión entre el idioma inglés y su realidad.

Se recomienda el presente trabajo de investigación a la Carrera de Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés y así también a las demás universidades del sistema universitario para que se priorice el aprendizaje de un segundo idioma como el inglés.

A los estudiantes que deben priorizar el inglés para que como prestadores de servicios se pueda elevar la calidad de los servicios y crear condiciones con las que para posicionarnos como un destino turístico principal y no de rebalse como actualmente ocurre.

Se recomienda a otros investigadores para que sirva de punto de partida para próximas investigaciones que coadyuven al mejoramiento de la educación superior en turismo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Agut Nieto, S., & Gumbau, G. (2002). *Managerial competency needs and training requests. The case of the spanish tourist industry*. Human Resource Development Quarterly.
- Alcaraz Varó, E. (s.f.). *Tres Paradigmas de Investigacion Linguistica*. Madrid: Alianza.
- Alonso, A. (2006). La competencia intercultural en la enseñanza del inglés dentro del contexto turístico . *Encuentro Revista de Innovación e investigación en la clase de lenguas.*, 17.
- Ansarah, M. (2000). *Como aprender turismo*. São Paulo: Editora Senac.
- ASHA, American Speech-Language-Hearing Association. (2010). *American Speech-Language-Hearing Association*. Obtenido de Aprendizaje del Inglés como Segundo Idioma: <http://www.asha.org/public/speech/development/Aprendizaje-del-Ingles-como-Segundo-Idioma/>
- Barragan, R. y. (2008). Guía para la formulación de proyectos de investigación.
- Barrera, M. (1969). *"La Universidad Chilena. Una reflexión permanente"*.
- Barreto, M., Tamanini, E., & Silva, I. (2004). *Discutindo o ensino universitário de turismo*. Papirus.
- Bogoya., D. (1999). Hacia una cultura de la evaluación para el siglo XXI. *Católica del Norte. Fundación universitaria*, 14.
- Bolivia, E. P. (2009). *Nueva Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia*. s/c: La Gaceta.
- Bosch Abarca, E. J. (2001). Tourist's needs versus student's needs: A pedagogical approach to teaching English for tourism. En I. F. Posteguillo Gómez, *Methodology and new technologies in languages for specific purposes* (págs. 241-249). s/d.
- Bunge, M. (2012). El conocimiento científico. *Bilosofía*, 12.
- Calvi, M. V. (2013). El léxico de la enseñanza ELE con fines específicos. *Centro Virtual Cervantes*, 14-15.
- Canale, M. y. (1980). Fundamentos teóricos de los enfoques comunicativos».
- Carraszo Díaz, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos. P. 226.
- Castro, M. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de elaboración*. Caracas: Uyapal.
- Catramby, T., & Da Costa, S. (2005). "Estudo de caso sobre a capacitação docente na área de turismo.
- Chomsky, N. (1965.). *Aspectos de una teoría de la sintaxis*. Paris: Máspero. *Ciencia, Filosofía*. (27 de Octubre de 2011). Obtenido de <https://filotecnologa.wordpress.com/tag/metodo-inductivo-deductivo/>
- Coll, C. (2007). *Las competencias básicas en educación*. Madrid.: Alianza Editorial.

- Conferencia Mundial de la UNESCO. (2 de Abril de 2009). *La educación para el desarrollo sostenible*. Obtenido de www-esd-world-conference-2009.org
- Coseriu, E. (1992). Competencia lingüística. Elementos de la teoría del hablar.
- Cristoffanini, A. (1987). *"Formación de Recursos Humanos en las Universidades"*. Documento base de discusión para el IV Encuentro Nacional de la asociación de académicos de las universidades chilenas.
- Dewey, J. (1944). *Democracy and Education (en inglés)*. The Free Press.
- Díaz Barriga, Á. (2006). *El enfoque de competencias en educación, en Perfiles Educativos*. Vol. XXVIII.
- Druker, A. V. (2002). *Aplicación del Enfoque Histórico-cultural y la Teoría de la actividad al Sistema Didáctico para la enseñanza de la asignatura MATERIALES Y PROCESOS*. Oberá: Universidad Nacional de Misiones.
- Ducceschi, M. (1982). *"Técnicas modernas de dirección de personal"*. Madrid: Ibérico Europea de Ediciones S.A, .
- El Nuevo Diario. (2014). Inglés, el idioma universal. *El Nuevo Diario*.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2010). *Ley de Educación "Avelino Siñani-Elizardo Pérez" (Ley 070)*. Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (2010). *Ley de Educación Avelino Siñani-Elizardo Pérez 070*. Gaceta oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (25 de Septiembre de 2012). Bolivia: Ley general de turismo "Bolivia te espera", 25 de septiembre de 2012. La Paz, La Paz, Bolivia.
- Ethnologue. (2015). Languages of the World. *Choice Reviews Online*, 53(03), 53-1064-53-1064. Obtenido de Choice Reviews Online: , 53(03), 53-1064-53-1064. <http://dx.doi.org/10.5860/choice.192005>
- Fayos - Solá, E. (s.f.). "El turismo del siglo XXI". . *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*.
- Foro Económico Mundial. (2013). *LOS PAÍSES MÁS AMABLES Y MÁS HOSTILES CON LOS TURISTAS*. Obtenido de <http://www.euroturismo.es/los-paises-mas-amables-y-mas-hostiles-con-los-turistas/>
- Franco, Y. (14 de Julio de 2014). *Tesis de Investigación*. Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2014/07/como-se-debe-citar-un-blog-como.html>
- Gaitero, Beatriz (2016). El inglés en el sector hotelero y de las agencias de viaje: un estudio de la opinión de los alumnos de Grado en Turismo y de los profesionales del ámbito. Universidad Valladolid.
- García Blanco, J. G. (1996). Inserción laboral y desigualdad en el mercado de trabajo: cuestiones teóricas. *Revista española de investigaciones sociológicas REIS*, 118-119.
- Gardner, H. (1993). *Estructuras de la mente*. Santafé de Bogotá: Fondo de cultura económica.
- González, J. W. (2004). Tuning-América Latina: Un proyecto de las Universidades. *Revista Iberoamericana de Educación N° 35*, 151-164.

- Governo da Baía. (2001). "Relatório PRODETUR II: Estratégia Turística e Plano de Ação". *PRODETUR II*: (pág. 114). Salvador da Bahia: SUDETUR.
- Gutiérrez, L., & Negrin, L. (1990). "*Determinación del Perfil profesional del Ingeniero Comercial requerido por el medio*". Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial. UACH.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. Estado de México: McGraw Hill.
- Herrington, J. y. (1998.). *Evaluación auténtica y multimedia ¿de qué manera los estudiantes responden a un modelo de evaluación auténtica?*". Higher Education Research and development.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes: A Learning-centred Approach*,. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hyland., K. (2002). Teaching and researching writing. *English World bussiness*, 5-6.
- Jafari., J. (2005.). "La cientificación del turismo" en *Contribuciones a la Economía*,. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>.
- Jiménez Vivas, A. (2016). La Universidad y el campo laboral. *IESALC*, s/p.
- Kjell, N. R. (2000). "*El talento del nuevo capital - Funky Bussines*". Obtenido de http://html.rincondelvago.com/funky-bussines_el-talento-del-nuevo-capital_kjell-nordstrom-y-jonasridderstrale.html
- Laura, F. R. (s.f.). *Evaluación por competencias*. Desarrollo de competencias en educación básica.
- Le Boterf, .. G. (2000). *Ingeniería de las competencias*. Barcelona: EPISE.
- López, José María (2006). Importancia del inglés como segunda lengua en la inserción laboral del alumno de ciclos formativos. Universidad de Almería.
- Majó I, F. J. (2005). Competencias o capacidades profesionales que deben aportar las nuevas titulaciones al Sistema Turístico. *XL Congreso Nacional y I Internacional de Escuelas de Turismo* (págs. 61-86). Valladolid: Universidad Europea Miguel de Cervantes.
- Marketing Artvisual. (4 de Agosto de 2016). *Cuáles son y en qué consisten las habilidades básicas del lenguaje*. Obtenido de Bilingüismo y Tecnología: <http://www.bilinguismoytecnologia.com/>
- Martínez, F. (2002). *Cultura y educación en la sociedad de la información*. La Coruña: Netbiblo.
- Mathieson, A. a. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*,. London: McINTOSH, R.
- Ministerio de Educación del Perú. (s.f.). *La ruta para la iniciación profesional: Prácticas pre profesionales y profesionales*. Lima: Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo - Pronabec.
- Odar, R., & Tantaleán, M. (2015). El alcance de las investigaciones jurídicas. *Derecho y Cambio Social*, 16.
- Organización Mundial del Turismo. (1994). Implications of the UN / WTO Tourism. *Definitions for the U.S. Tourism Statistical System*, (pág. 3). Madrid.
- Orgemer, G. (2002). Enciclopedia de los recursos humanos. Madrid, España.

- Pelayo Pérez, M. B. (2012). *Capital Social y competencias profesionales*. s/c: Disponible en <http://www.eumed.net/>.
- Pérez Esteves, P. y. (2007). *Competencia en Comunicación Lingüística*. Madrid.: Alianza Editorial.
- Przybylski, A. (1995). *Marketing de Servicios Turísticos*. Buenos Aires: Surpass.
- Pulgarín, E. A. (2011). *Evolución histórica del turismo*. Obtenido de Edwin Andrés Rodríguez Pulgarín, (2011). 3. Evolución histórica del turismo. Recuperado de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html
- Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la Investigación*. s/d: Shalom. Obtenido de Torre de Babel Ediciones: <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>
- Robinson., P. (1991.). ESP Today: A Practitioner's Guide. *Prentice Hall International.*, 3-4.
- Rocamora Abellán, R. (2007). Metáfora y Publicidad Turística. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* , 117.
- Rodríguez, M. L. (19 de Agosto de 2013). *Esquema de clases, materiales de estudio, metodología de la investigación*. Obtenido de Guía de tesis: <https://guiadetesis.wordpress.com/tag/investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Roegiers, X. (2004). *Pedagogía de la integración*. Bruselas: DeBoeck Université.
- Rojas, Julio Y. (2011) Estudio de mercado laboral: Análisis de la situación laboral del profesional en Turismo de la Universidad Mayor de San Andrés. Universidad de Mayor de San Andrés.
- Romero, S. (1999). Orientación para la transición de la escuela a la vida activa. *Formación XXI. Revista de formación y empleo*, 115.
- Rubio, L. (2012). *Competencias en el aula*. Méjico Distrito Federal: s/d.
- Ruíz, R. (2007.). *El Método Científico y sus Etapas*, . México : s/d.
- San Lucas, M., Tigua, O. (2015). Estrategias de superación del idioma inglés a los prestadores de servicios. Colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos.
- Sabino, C. A. (1985). *Los Caminos de la Ciencia, una Introducción al Método Científico*, . Caracas: Ed. Panapo.
- Secretaria de Turismo de México. (2000). *Manual para la Gestión del Desarrollo Turístico Municipal* . Distrito Federal: Secretaría de Turismo de Mexico.
- Strevens, P. (1977). New orientations in the teaching of English. *Oxford University Press*, 6.
- Tamayo y Tamayo, M. (1995). *El proceso de la investigación científica*. . México: Noriega Editores.
- Tobón, S. (s/c). *La formación basada en competencias em la educación superior, el enfoque complejo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Turismo, O. M. (1997). Una metodología para la calidad en educación y formación turísticas.

- Turismo, O. -O. (2002). “Una metodología para la calidad en educación y formación turísticas”. . Madrid: TEDQUAL-OMT.
- UMSA. (13 de Octubre de 2011). PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2012 - 2016 . Bolivia.
- UNA . (1999). *Técnicas de documentación e investigación*. . Caracas: Universidad Nacional Abierta.
- Varela, R. (2007). Hacia una caracterización del inglés para fines específicos (turismo). *Didáctica (Lengua y Literatura)*, 327 - 345.
- Viceministerio de Turismo. (2014). *Visitas de turistas a Bolivia*. La Paz: Viceministerio de Turismo.
- Vivas, A. J. (16 de Mayo de 2016). La Universidad y el Campo laboral. Salamanca, España.
- Yáñez C., V. L. (2006). *Planificar desde competencias para promover el aprendizaje*. Bilbao: Universidad de Deusto.

WEBGRAFÍA:

ASHA, AMERICAN SPEECH-LANGUAGE-HEARING ASSOCIATION . (2010). *American Speech-Language-Hearing Association*.

Obtenido de Aprendizaje del Inglés como Segundo Idioma:

<http://www.asha.org/public/speech/development/Aprendizaje-del-Ingles-como-Segundo-Idioma/>

BOLIVIA.COM (2016)

Obtenido de Bolivia duplicó flujo turístico en la última década.

<http://www.bolivia.com/turismo/noticias/sdi/131723/bolivia-duplico-flujo-turistico-en-la-ultima-decada>

CARRERA DE TURISMO – UMSA. (s.f.). *Documento Académico Institucional*.

Obtenido de:

<https://turismoumsa.files.wordpress.com/2012/04/2-pc3a1gina-institucional-historia-de-la-carrera-de-turismo.pdf>

CIENCIA Y FILOSOFÍA. (27 de Octubre de 2011).

Obtenido de <https://filotecnologa.wordpress.com/tag/metodo-inductivo-deductivo/>

CONFERENCIA MUNDIAL DE LA UNESCO. (2 de Abril de 2009). *La educación para el desarrollo sostenible*.

Obtenido de: www-esd-world-conference-2009.org

CONFERENCIA MUNDIAL SOBRE LA EDUCACIÓN SUPERIOR (9 de Octubre de 1998). *Declaración mundial sobre la educación superior*.

Obtenido de: http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN. (s.f.). *Competencia en comunicación lingüística*. País Vasco: 2º ESO.

Obtenido de:

http://ediagnostikoak.net/ediag/cas/item-liberados/ED09_Euskadi_LCast_ESO2.pdf

EL NUEVO DIARIO. Inglés, el idioma universal. Nicaragua., W. S. (2014).

Obtenido de:

<http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/312942-ingles-idioma-universal/>

MARKETING ARTVISUAL. (4 de Agosto de 2016). *Cuáles son y en qué consisten las habilidades básicas del lenguaje*.

Obtenido de Bilingüismo y Tecnología: <http://www.bilinguismoytecnologia.com/>

PÁGINA SIETE. La importancia del inglés en la educación. (2013).

Obtenido de:

<http://www.paginasiete.bo/opinion/2013/12/18/importancia-ingles-educacion-8928.html>

PSICO-WEB. (2011 Copyright).

Obtenido: www.psico-web.com/educacion/educacion.htm.

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN
EN EDUCACIÓN SUPERIOR



ANEXO 1: Encuesta dirigida a los prestadores de servicios

OBJETIVO: Conocer el criterio de los prestadores turísticos en cuanto a la importancia del idioma inglés para el desempeño de su trabajo y a la vez indagar sobre el dominio que poseen sobre esta lengua.

1. ¿Considera que hablar inglés es imprescindible para acceder al mercado laboral?

Si

No

2. ¿Para acceder a su actual trabajo uno de los requisitos fue hablar inglés?

Si

No

3. ¿En su fuente laboral con qué frecuencia utiliza el idioma inglés para comunicarse?

Muy Frecuente

Medianamente frecuente

Poco frecuente

4. Indique cuál es su nivel de inglés?

Elevado

Medio

Básico

5. ¿Cómo considera que fue la formación de inglés en su Carrera?

Muy buena

Buena

Regular

Mala

6. ¿Realizó cursos extracurriculares para aprender inglés?

SI

NO

7. ¿Está interesado en los cursos de capacitación a nivel de post grado que ofrece la Universidad Mayor de San Andrés?

SI

NO

8. ¿Estaría interesado/a en realizar un diplomado de inglés especializado para turismo?

SI

NO

TAL VEZ

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN
EN EDUCACIÓN SUPERIOR**



ANEXO 2: Cuestionario dirigido a los empleadores de empresas turística.

Objetivo: El cuestionario dirigido a los propietarios y/o encargados de empresas turísticas, como ser: agencia de viajes, hospedajes, aerolíneas u otros, tiene como objetivo conocer cuál es la importancia que se le da al conocimiento de una segunda lengua como ser el idioma inglés al momento de la contratación del personal.

Guía de Preguntas:

1. Usted como encargado/a de una empresa turística considera el conocimiento del idioma inglés indispensable al momento de la contratación de personal?

SI

NO

2. Considera que el idioma inglés es importante para la prestación de servicios turísticos en su empresa?

MUCHO

POCO

NADA

3. Indique cuál de los siguientes aspectos es el más considerado para la contratación de personal en su empresa?

Ser Profesional

Hablar inglés u otros idiomas

Tener experiencia laboral

4. Cuál es el nivel requerido en su empresa para acceder a un puesto laboral?

Elevado

Medio

Básico

5. Considera importante que el personal realice cursos de inglés especializado en turismo?

Si

No

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN
EN EDUCACIÓN SUPERIOR**



ANEXO 3: Entrevista dirigida al Director de Carrera de Turismo - UMSA

La entrevista dirigida al Director de la Carrera de Turismo de la Carrera de Turismo – UMSA tiene como objetivo conocer si la formación profesional, en cuanto al idioma inglés como competencia lingüística responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz.

Guía de Preguntas:

1. Considera usted que la formación académica en cuanto al idioma inglés, como competencia lingüística, proporcionada por la Carrera de Turismo responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz?
2. Considera que el idioma inglés es un área de enseñanza que debe ser tratada con más profundidad en la Carrera para que los futuros puedan desempeñarse eficaz y eficientemente en sus fuentes de trabajo?
3. Qué acciones usted considera importantes de emprender para la Carrera de Turismo en cuanto a cualificar la formación académica de sus estudiantes en función de una óptima competencia lingüística en inglés?
4. Considera que es viable la propuesta de un diplomado de inglés especializado para turismo?

Gracias por su ayuda!!!

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
CENTRO PSICOPEDAGÓGICO Y DE INVESTIGACIÓN
EN EDUCACIÓN SUPERIOR**



ANEXO 3: Entrevista dirigida al Director de Post Grado Carrera de Turismo – UMSA.

La entrevista dirigida al Director de la Carrera de Turismo de la Carrera de Turismo – UMSA tiene como objetivo conocer si la formación profesional, en cuanto al idioma inglés como competencia lingüística responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz.

Guía de Preguntas:

1. Considera usted que la formación académica en cuanto al idioma inglés, como competencia lingüística, proporcionada por la Carrera de Turismo responde a las necesidades del mercado laboral de la ciudad de La Paz?
2. Considera que el inglés debe ser tratado con más profundidad en la Carrera?
3. Qué acciones considera importantes de emprender para cualificar la formación de los estudiantes en cuanto al idioma en inglés?
4. Qué acciones se deben seguir para mejorar el nivel de inglés en la Carrera?
5. En caso de una propuesta de la implementación de un Diplomado en inglés especializado en Turismo. Qué acciones emprendería?

Gracias por su ayuda!!!