

# Propuesta de programa para capacitación en inglés a prestadores de servicios turísticos en Tekax

Cuauthemoc Yah Montalvo<sup>1</sup>

Jorge Fernando Ku Cruz <sup>2</sup>

Arminda Patricia Vargas Tun <sup>3</sup>

## Resumen

El diagnóstico del dominio del idioma inglés tiene como propósito el conocer el nivel de conocimiento que han adquirido las personas que intervienen en el área turística de la comunidad de Tekax. Una excelente o buena comunicación con el idioma inglés con los visitantes sería una de las mejores herramientas para impulsar el turismo, además permitiría abrir puertas en el sector laboral turístico.

Como explica Aguilar, “La capacitación consiste en una actividad planificada con base a las necesidades reales de una empresa encaminada a un cambio en los conocimientos, habilidades de los colaboradores” (Aguilar, 2004).

En línea con la anterior definición de lo que es capacitación, esta propuesta de programa formativo pretende contribuir a promover cambios de conocimientos, habilidades y actitudes en los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Tekax como respuesta a la necesidad detectada por el Ayuntamiento en trabajo colaborativo con académicos de la Universidad Tecnológica Regional del Sur para contribuir en la reactivación de los servicios del sector turístico y otros afectados por la pandemia.

El objetivo general de este trabajo es el diseño o propuesta de capacitación en inglés para proveedores de servicios. Este objetivo se pretende lograr a través de la identificación de los servicios y servidores turísticos en la ciudad; la realización de un diagnóstico sobre el estado y la necesidad del idioma entre los proveedores de servicios para determinar la pertinencia de implementar algunos cursos de inglés en función de los tipos de proveedores de servicios.

Con un enfoque cuantitativo para los análisis, se aplicó una encuesta a 17 prestadores de servicios de manera presencial en mesas de trabajo en colaboración con investigadores de la UTR. El diseño y administración de las encuestas demostró que los prestadores de servicios han tenido poca o ninguna preparación en el idioma y tienen pleno interés en capacitarse.

**Conceptos clave:** proveedor de servicio, capacitación, idioma, estrategias, habilidades

---

<sup>1</sup> MA in ELT, Institución: Universidad Tecnológica Regional del Sur, temoyah@hotmail.com

<sup>2</sup> Doctorado en Administración y Desarrollo empresarial. Universidad Tecnológica Regional del Sur, Jorgeku3@hotmail.com

<sup>3</sup> Doctorado en Administración y Desarrollo empresarial. Universidad Tecnológica Regional del Sur, arminda550@hotmail.com

## **Introducción**

La ausencia de capacidades como los recursos, conocimientos, habilidades, educación, entre otras constituyen las principales limitantes al desarrollo de la industria. El conocimiento en el área de inglés es indispensable y prioritario. Al igual, los procesos de capacitación para los actores involucrados son fundamentales para superar dichas barreras y generar capitales que son sumamente indispensables en y dentro de la comunidad para afrontar retos del turismo.

Álvarez y Bassi (2010, 2) citado por ( Tigua Anzules, et al., 2017) estos autores:

consideran que Dominar el inglés como segunda lengua será una habilidad indispensable para acceder a mejores oportunidades en este nuevo siglo. La lengua inglesa es la más útil para la comunicación internacional, interregional y multilateral y es la lengua franca en ámbitos como el mercadeo, el comercio internacional y el turismo.

Según ( Tigua Anzules, et al., 2017) comentan que:

En la actualidad para las Empresas es fundamental contar en sus filas con personas que puedan mantener una conversación con representantes extranjeros, realizar presentaciones e incluso viajar a países de habla inglesa para cerrar alianzas laborales, sin que el idioma sea un impedimento. Además, tener grupos de trabajo bilingües significa un ahorro monetario, ya que no se necesita contratar traductores o intérpretes para poder realizar o incluso entender los planes de negocio a emprender.

## **La situación en México**

Se ha visto que el nivel de inglés de América Latina es muy bajo. México continúa bajando en las posiciones desde el 2017, colocándose ahora en el lugar número 92; el penúltimo lugar a nivel Latinoamérica por debajo de Ecuador y arriba de Haití. Algunos datos que el estudio arroja sobre nuestro país son: Ningún estado o ciudad del país, alcanza a tener un nivel muy alto o alto, en su nivel de inglés. Los hombres son quienes han obtenido un puntaje mayor frente a las mujeres, siendo un puntaje entre los 450 y 500 la puntuación promedio de los mexicanos. Jalisco, Querétaro, Baja California y Nuevo León son los estados mejor rankeados a nivel nacional. Mientras que 15 estados tienen un nivel muy bajo, siendo Veracruz, Puebla y Coahuila, los peores rankeados. Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México son las ciudades mejor calificadas en el país. (Daniel , 2021)

Existe una necesidad imperante en el aprendizaje inglés para toda una sociedad que de alguna manera se interrelaciona por diversos motivos como son laborales, educativos, culturales. Es de entender que las personas en la parte turística usan como medio de comunicación internacional el idioma inglés

Por otra parte, Carballo y Leyva (2012, p. 3) citado por ( Castro Molina, et al., 2017), plantean que en “el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera la separación de los objetivos generales y particulares, así como la habilidad de concebir el objetivo de modo productivo en su forma transformada (resultado) constituye una condición indispensable

para la adecuada dirección del proceso de desarrollo de la independencia cognoscitiva". De ahí, la importancia de desarrollar habilidades e independencia cognoscitiva en el guía turístico y en todos los actores involucrados en la actividad turística que tienen la misión y el compromiso ante los turistas de explicar la cultura de un destino turístico ya sea de sitios arqueológicos, gastronomía, atractivos naturales y culturales.

Si bien el concepto de capital humano se relaciona con la productividad entonces, la teoría del capital humano la desarrolló Gary Becker en 1964 citado por (Camafu, 2018). "Se define como el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos".

A partir de expresiones preliminares, el concepto ha avanzado hacia una teoría del Capital Humano, cuya paternidad se atribuye a Theodore Schultz (1961), quién sostuvo que el Capital Humano es producto de una decisión deliberada de inversión, consistente en la adquisición de habilidades y conocimientos y que está constituido por los atributos adquiridos que, a diferencia de los innatos de una población determinada, son valiosos para ella y aumentan en proporción a la inversión que las sociedades decidan hacer en ellos. Gary S. Becker (1964), a su vez, agregó el concepto de productividad del Capital Humano, la que se genera cuándo se alcanzan mayores niveles de savoir faire, de educación y capacitación, lo que permite tener mayor acceso a mejores oportunidades de empleo e ingreso. (Navarro Abarzúa, 2005)

Al respecto, Fayos-Solá (1997, p. 65) afirma que ante las exigencias que implica el paradigma de la Nueva Era del Turismo, es necesario contar con educación y formación en turismo y hostelería si se pretende aspirar al éxito en la empresa. Así pues, la inversión en capital humano es un elemento básico para complementar las ventajas comparativas de la empresa o destino turístico, así como para crear y fortalecer las ventajas competitivas tanto de la empresa como del individuo (PADILLA y JUÁREZ, 2007, p. 2). Así mismo podemos encontrar como afirma Sevilla 2007 que la formación de las personas en el trabajo se da a través del aprendizaje en el cual se adquieren habilidades, conocimientos y actitudes que moldean las conductas de los individuos. (Pérez Serrano, et al., 2009)

El aprendizaje puede ser producto de la experiencia laboral o bien de la formación específica recibida (GARCÍA, 2004). Citado por (Pérez Serrano, et al., 2009)

Para el fortalecimiento del capital humano destaca la capacitación ya que esta ofrece varios beneficios no solo para la persona sino para la empresa misma. Toda capacitación requiere de métodos que provee a las personas de habilidades para fortalecer su trabajo, esta busca la transmisión de conocimientos y el desarrollo de las mismas habilidades del individuo.

Entre los principales objetivos del proceso de capacitación destacan: el proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimiento, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo; así como mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen proporcionándoles información sobre la aplicación de nueva tecnología (PADILLA y JUÁREZ, 2007, p. 3). Citado por (Pérez Serrano, et al., 2009)

Uno de los errores que se cometen en la administración es señalar únicamente qué se va a hacer con los recursos económicos, tecnológicos y financieros, pocas veces se menciona a las personas capital humano, qué cualidades, habilidades, conocimientos y/o competencias requieren. El pensar estratégicamente en lo primero es poco probable que las estrategias que se implementarán sean exitosas.

Si uno se preguntara por qué es esencial conectar la estrategia con el personal para administrar el talento, o lo más importante, como hacerlo, se podría decir que esto descansa en tres conceptos claves, la alineación, el compromiso y la medición. La alineación significa asignar a la gente en la posición correcta, es decir, el personal deberá estar alineado conforme a la estrategia del negocio, dicho de otra forma, determinar qué cualidades, competencias o habilidades se requieren en tal o cual estrategia y en base a eso asignar a las personas que cubran con esos requisitos o dotarlos de esas habilidades mediante la capacitación y adiestramiento. El compromiso significa promover que el personal se comprometa con sus propósitos básicos y dirección correcta y finalmente evaluar el desempeño.

Lo que se puede deducir de lo anterior es, que “si realmente el éxito competitivo de las organizaciones se logra a través de la gente, [esto es], que la fuerza laboral sea realmente una fuente cada vez más importante de ventaja competitiva, entonces es importante crear una fuerza laboral con la habilidad de lograr el éxito competitivo y que no pueda ser copiado con facilidad por la competencia...[Sin embargo], es más fácil [y recomendable] conservar a las personas en el empleo si tienen múltiples habilidades y pueden hacer cosas diferentes” (Pfeffer, 1996, p. 30 y 56). Entonces, uno de los factores que podría ayudar a lograr esto, sería contar con un buen sistema integral de capacitación que permita desarrollar en el personal los conocimientos, las habilidades y/o competencias necesarias para que la organización pueda implementar sus estrategias para el logro de los objetivos institucionales, derivados de la planeación estratégica. (García López, 2011)

Según (Buitrago Sanabria, 2011) Indica que la importancia de adquirir una lengua extranjera hace que se convierta en una competencia comunicativa, utilizando algunos métodos para la enseñanza de una lengua extranjera y a la vez acceder a una formación virtual.

A la vez Según (Niño, 2013) considera que para sobrevivir en este mundo competitivo, todos debemos ser capaces de asumir nuevos retos y oportunidades indicando que si no se esfuerzan en aprender se quedarán rezagados de las oportunidades que se les presenten.

Según (Bonilla L. A., 2012) El aprendizaje de idiomas extranjeros, si bien es conocido, trae consigo ventajas competitivas para quien lo domine ante los demás ya que es una actividad desafiante y atractiva a cualquier edad, su conocimiento facilita obtener y abrir nuevas oportunidades de desarrollo el cual se convierte en una valiosa herramienta de trabajo y en un medio de acceso al conocimiento universal y la cooperación entre los pueblos. ( Tigua Anzules, et al., 2017)

En el ámbito del turismo todos los prestadores de servicios turísticos que no están capacitados o cuentan con poco conocimiento en inglés tienden a no estar al nivel de las empresas que sí cuentan con personal capacitado, y esto podría ocasionar errores graves para la empresa, como lo es la pérdida de clientes o visitantes o turistas. Si hay algo que ha quedado muy claro es que las empresas están optando por implementar planes de capacitación para el capital humano en un segundo idioma.

Después de haber analizado el contexto de la necesidad de tener dominio en el idioma inglés y el beneficio que generaría en el capital humano y la empresa.

La investigación se enfocará en estudiar la pertinencia de una propuesta de estrategias de capacitación y profesionalización en el idioma inglés a prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax. Este se deriva del estado actual de los empresarios de servicio turístico y el número de personal que trata directamente con el cliente extranjero, los tipos de servicios turísticos que ofrece Tekax a los turistas, el nivel y las certificaciones de competencia en inglés que se tengan o no por los prestadores frente al cliente, la importancia que el empresario le dé a esta competencia lingüística, así como, el tiempo que le permitiría invertir a sus colaboradores dentro de su horario laboral para capacitarse. Este propuesta nace a partir de la proyección que se le está dando a Tekax como destino ecoturístico y comunitario por sus atractivos turísticos, historia, monumentos históricos (tanto arquitectónicos como arqueológicos) así como el concepto relativamente nuevo en la zona de aldeas mayas, parques eco-turísticos, y la amplia gama de actividades de turismo rural, turismo agronómico y gastronómico entre otros que juntos comprenden una opción alternativa viable para el potencial desarrollo turístico en la zona sur del estado.

### **Planteamiento del problema**

La ciudad de Tekax y su actual administración en conjunto con la Secretaría de Fomento Turístico y la Dirección de Innovación Turística, han implementado diversas acciones con miras a proyectar a la ciudad como un polo turístico importante en el sur del estado, algunas acciones realizadas tienen que ver con la renovación y mantenimiento del Centro Histórico, diplomados para la certificación de guías de naturaleza y apoyo a las cooperativas turísticas con el fin de brindar a los visitantes una atención de calidad todo esto aunado a sus fiestas populares y tradiciones y costumbres como se describe en la Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México ([www.inafed.gob.mx](http://www.inafed.gob.mx), s.f.)). Sin embargo a pesar de los sitios arquitectónicos, arqueológicos, sus grutas, ex haciendas, y lugares para practicar senderismo, la producción de artesanías y demás productos turísticos, es posible pensar que los prestadores de servicios no estén preparados para dar un servicio de mayor calidad a clientes extranjeros debido a la carencia de la competencia en el inglés, idioma global, particularmente en las diferentes áreas que tienen que ver con el servicio al cliente llámese hotelería, alimentos y bebidas, turismo de aventura y todo lo relacionado con la cartera de servicios turísticos que ofrece la ciudad de Tekax.

Algunas de las preguntas que derivan de esta situación son: ¿Cuál es el estado actual de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax referente al idioma inglés y qué estrategias de mejora derivan de la detección de estas necesidades?, ¿El personal de las empresas tienen alguna certificación y grado de inglés como prestadores de servicios

turísticos?; ¿Qué tipos de servicios turísticos se ofrece en la comunidad?; ¿Qué tan importante considera el empresario una capacitación para su personal en el idioma inglés?; ¿Algún prestador de servicio tiene alguna certificación en inglés que sea específica a su área?; ¿Le daría tiempo el empresario al colaborador dentro de su horario de trabajo para que se capacite en el idioma inglés?

Se presume que la mayoría de los prestadores de servicios no están capacitados en su área específica para interactuar y ofertar su producto de la mejor manera posible en el idioma inglés. Es posible que quienes ofrecen sus servicios sí tengan nociones del idioma, pero lo que se refiera a su área en particular sea un espacio de oportunidad para crecer y mejorar. Las implicaciones sobre la poca o nula competencia en cuanto al idioma inglés se pueden abordar desde la lente de lo social, lo cultural y particularmente desde lo económico. Los resultados de esta propuesta pudieren subsanar en parte las implicaciones negativas de las carencias descritas.

Es importante recalcar la importancia de realizar este trabajo porque como resultado de los objetivos planteados se pudieran determinar con mayor precisión el estado actual de los prestadores de servicios referente a su competencia en el idioma, así como, la pertinencia de implementar unos cursos específicos y a la vez elaborar una propuesta de estrategias de capacitación que permita conocer a los prestadores de servicios el idioma, según su área.

Entre algunas de posibles relaciones entre los hechos que pueden indicar la causa de la dificultad se encuentran que la idea de Tekax como destino turístico la cual es relativamente nueva y aún no se ha percibido la necesidad particular del idioma. Además, de esto, se puede pensar que la mayor parte del turismo que llega es mayormente nacional lo cual no implica la necesidad de un idioma franco como es el inglés., en algunas o pocas ocasiones se tiene visitantes extranjeros en la zona sur del estado de Yucatán y visitan los atractivos naturales que tiene el municipio como lo son las diversidad de grutas que existen en ella, motivo por el cual los visitantes extranjeros se encuentran en la zona en pocas ocasiones, a eso se le atribuye la poca o falta de publicidad que se le ha dado al lugar como destino turístico. Otra posible causa de la dificultad actual es la poca promoción que se le ha dado al inglés a los prestadores de servicios turísticos en décadas anteriores a diferencia de la óptica actual sobre el tema.

Como lo explica Méndez, 1995 citado por Fisher, (2010) “la formulación del problema y el pronóstico sobre él se plantea mediante la formulación de preguntas orientadas a dar respuesta al problema de la investigación”. De este pensamiento sale una pregunta general que pretende recoger la esencia del problema y, por tanto, es el título del estudio. La pregunta es la siguiente: ¿Cuál es el estado actual de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax referente al idioma inglés y qué estrategias de mejora derivan de la detección de estas necesidades?

## **Objetivos**

En el proyecto de investigación, el objetivo general es elaborar una propuesta de capacitación de acuerdo con las respectivas áreas de servicio en el idioma inglés a los prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax”.

### Objetivos específicos

- Identificar los servicios turísticos que actualmente están en contacto directo con los clientes.
- Realizar un diagnóstico sobre la necesidad del idioma inglés en los prestadores de servicios.
- Determinar la pertinencia de implementar unos cursos del idioma inglés a los prestadores de servicios según su área.
- Sensibilizar a los prestadores de servicios que están en contacto directo con el cliente de la importancia del idioma en su área.
- Elaborar una propuesta de estrategias de capacitación en función a los tipos de prestadores de servicios.

El presente trabajo permitiría mostrar la situación actual de los prestadores de servicios y tomar acciones que puedan contribuir al desarrollo de Tekax en el sector turístico. El impacto económico que esta propuesta sugiere es que los servicios turísticos tendrían personal más capacitado y podrían entonces ofrecer un servicio de mejor calidad lo que pudiera impactar en las opiniones de los visitantes e incidir en vistas posteriores de los mismo o en recomendaciones de los visitantes a sus conocidos o redes sociales que redunden en un incremento de la ocupación o requerimiento de servicios turísticos. En cuanto al impacto social se puede percibir que los prestadores de servicios turísticos podrían explicar o dar mayor y mejor detalle de las actividades culturales o sitios a visitar, así como las costumbres de los locales y de cómo el visitante debiera abordarlas.

### Marco teórico

Existen trabajos previos que nos sientan bases para este trabajo. Tal es el caso de la temática del abordada por Loera Ancondo & Escalante Narváez (2014) donde habla del inglés como factor detonador de en la operación turística enfocándose en el inglés en el ramo del hotelería donde realiza una serie de análisis sobre las propuestas para este sector. La autora enfatiza que “el turismo, al igual que otras actividades económicas, para su funcionamiento óptimo necesita de una comunicación eficiente, en este caso entre los prestadores de servicios y los turistas” (pág. 171)

Además del énfasis en la comunicación, la autora remarca el hecho de que México es un destino internacional y por lo mismo muchas lenguas convergen considerándose al inglés como lengua franca, es decir la lengua que puede llegar a ser vía de comunicación a hablantes de idiomas diferentes. Considerando lo anterior, los prestadores de servicios deben estar capacitados lingüísticamente por lo menos en un idioma extranjero, que funcione como puente entre dos lenguas diferentes, como lo explica Varela Méndez (2007) “Los profesionales de cualquier disciplina de cualquier disciplina necesitan aprender inglés para acceder a la información necesaria para desenvolverse en sus respectivos trabajos y para comunicarse con colegas de otros lugares”. En este pensamiento no solo se enfatiza el mejor desempeño en el trabajo sino la comunicación que pudiera darse entre compañeros de disciplina.

Trabajos similares se han realizado por López Zaldumbide (2017) en su estudio y análisis para la creación de un Programa de Capacitación en Idioma Inglés para taxistas en la ciudad de Cuenca Ecuador en donde presenta la idea de cómo la llegada de visitantes extranjeros y su interacción con los locales que no conocen el idioma puede crear conflictos. Y, por esta razón se propone el análisis para la factibilidad de implementación de un proyecto para capacitar a esos prestadores de servicios para que estos a su vez puedan prestar un mejor servicio a los visitantes. La autora citada realiza un diagnóstico mediante encuestas y análisis de datos acerca de la necesidad que tienen los prestadores de servicios y al final, este trabajo termina definiendo las características que debería tener tal capacitación.

Así mismo, trabajos similares se han realizado en Puerto Ayora durante el año de 2017 donde se evalúa el estado de los prestadores servicios turísticos en restaurantes y se trata el tema de cómo su situación actual incide de manera directa en el grado de satisfacción de los turistas. Ávila Bennett (2017) realiza en este caso un diseño de investigación a través de encuestas dirigidas tanto a los prestadores de servicios y a los clientes que hacen uso de los establecimientos”. La primera encuesta se aplicó a los prestadores de servicio para conocer nivel de instrucción, comunicación interpersonal, experiencia en el idioma inglés, aplicación de las relaciones humanas, situación laboral, y la segunda encuesta a los turistas, para conocer el grado de motivación y satisfacción por la atención recibida. En el caso que nos atañe nuestra encuesta únicamente se administra a los prestadores de servicio, pero nos lleva a entender el status de su situación referente a la necesidad de una propuesta de curso de capacitación.

Además de los trabajos anteriores, en un estudio más reciente Ocampo Franco (2021) nos habla en su trabajo del impacto que el inglés como segundo idioma tiene en los guías turísticos y aunque este trabajo no se refiere propiamente hablando a los guías, pero está estrechamente relacionado ya que los prestadores de servicio turísticos también están directamente frente al turismo. Así mismo en su trabajo de investigación la autora habla de la diferencia entre la dinámica de trabajo de los guías turísticos que dominan inglés y quienes no lo hacen. Otro tema pertinente que aborda el autor es el impacto del idioma inglés para la competitividad turística de tal forma que la revisión de tales trabajos aporta mucho al trabajo que nos compete.

## **Metodología**

### **Diseño de investigación**

El diseño de este trabajo es no experimental, descriptiva, transversal, y para la búsqueda de información se usó la entrevista con los actores principales.

Las características de este trabajo le dan un enfoque cuantitativo, ujaen.es (2021) pues tiene las siguientes características: Plantea un problema de estudio delimitado y concreto que nos llevaría a realizar un diagnóstico sobre el status y necesidad del idioma entre prestadores de servicios y así determinar la pertinencia para implementar unos cursos del idioma inglés. Para obtener los resultados se utiliza la herramienta SPSS.

En función al alcance y la temporalidad de esta propuesta es descriptiva transversal pues ayudará a determinar la situación actual y a la vez su impacto es para con los diferentes prestadores de servicios de la comuna

### **Muestra**

La población de estudio para este trabajo involucra a los prestadores de servicios turísticos de la cabecera municipal y de algunos espacios dedicados al ramo turístico que se encuentra en las comisarías de Tekax. La muestra representa el 80 % del total de prestadores de servicios turísticos en Tekax dedicados a los servicios turísticos relacionados con el turismo, hotelería, gastronomía y alojamiento. La muestra representativa es procedente de los registros del H. Ayuntamiento local que está proyectando a Tekax como polo turístico y ejecutando acciones para colocarse entre la cartera de opciones al visitante.

Como instrumento se elaboró una encuesta con preguntas demográficas y que incluya las variables pertinentes al tema, con el propósito de determinar las necesidades de implementar cursos de inglés para el personal frente al cliente en el sector turístico. Con temas de: tiempo colaborando con la empresa, nivel de inglés, certificación del idioma, capacitaciones y cursos de la lengua, importancia dada a las capacitaciones, número de personas involucradas en el servicio al cliente y tiempo que se dedicaría a la capacitación.

### **Resultados y discusión**

A continuación, se dará a conocer los resultados de la investigación. El estudio se llevó a cabo con las siguientes empresas:

Tabla 1 Población de estudio y ramo de servicio

1	SARTENEJAS: TURISMO AVENTURA
2	CHOCANTES: TURISMO AVENTURA
3	SULTANA: HOTELERIA y GASTRONOMÍA
4	A WALK IN TEKAX: GASTRONOMIA
5	QUINTA SOCORRO: ALOJAMIENTO
6	PENSION SAN DIEGO: ALOJAMIENTO
7	CABAÑAS CEDRAL: ALOJAMIENTO
8	CHAC BOLA: ECOTURISMO
9	TECNNOHOTEL: HOTELERIA
10	SAN AGUISTIN: TURISMO INDIGENA
11	PAKAK XIU: PARADOR TURISTICO
12	KALAMAN KAL: ECOTURISMO
13	AYUNTAMIENTO SECRETARIA TURISM
14	POSADA MARIA HELENA: ALOJAMIENTO
15	MARIA DEL CARMEN: HOSPEDAJE
16	HUINIC DE LA HERMITA: GASTRONOMÍA
17	SAN MARCELINO: TURISMO RURAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Cargo que ocupa en la empresa

CARGO QUE OCUPA EN LA EMPRESA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válido	DUEÑO RESPONSABLE	5	29.4	29.4	29.4
	GERENTE	4	23.5	23.5	52.9
	OTRO	1	5.9	5.9	58.8
	Total	7	41.2	41.2	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar en la presente tabla que del total de las 17 personas encuestadas (que representan a los prestadores de servicios turísticos en Tekax) tienen diferentes funciones y participación en las empresas. El cargo predominante que se puede apreciar es el de otro y hace referencia a un cargo de responsable o encargado de la empresa.

Tabla 3 Años colaborando en la empresa

AÑOS COLABORANDO EN LA EMPRESA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válido	1-3	9	52.9	52.9	52.9
	4-6	3	17.6	17.6	70.6
	7-10	1	5.9	5.9	76.5
	11 O MÁS	4	23.5	23.5	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

El 52.9 % de los encuestados, o sea la mitad del total, tiene al menos de 1-3 años colaborando con la empresa. El segundo porcentaje significativo tiene 11 o más años en la empresa lo que sugiere que sean los dueños o iniciadores del negocio. Las implicaciones de los años colaborando es que conocen bien a sus colaboradores y el status actual de ellos sobre el tema del inglés.

Tabla 4 Conoce el nivel de inglés de sus colaboradores

CONOCE EL NIVEL DE INGLÉS DE SUS COLABORADORES		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e	válido	acumulado
Válido	SI	8	47.1	47.1	47.1
	NO	9	52.9	52.9	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Acerca de la variable referente a que si el dueño o responsable conoce el nivel de inglés de los colaboradores: más de la mitad dice no conocer el nivel de sus colaboradores.

Tabla 5 Tipo de certificación que avala nivel de competencia

TIPO DE CERTIFICACIÓN QUE AVALA NIVEL DE COMPETENCIA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	OTRO (LO DESCONOZCO)	13	76.5	76.5	76.5
	NO SABEN INGLES	4	23.5	23.5	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla solamente 4 respondieron que sus colaboradores no saben inglés. Y la mayoría dice desconocer qué certificación pueda ser.

Tabla 6 Capacitación en inglés para el personal en el 2020

CAPACITACION EN INGLES PARA EL PERSONAL EN EL 2020		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	SI	4	23.5	23.5	23.5
	NO	13	76.5	76.5	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Un tercio respondió de manera afirmativa y poco más del 75% respondió que los prestadores de servicios turísticos no han recibido capacitación alguna en inglés.

Tabla 7 Qué tan importante considera la capacitación en el área

QUÉ TAN IMPORTANTE CONSIDERA LA CAPACITACIÓN EN EL ÁREA		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		a	e		
Válido	MUY IMPORTANTE	14	82.4	82.4	82.4
	RELATIVAMENTE IMPORTANTE	2	11.8	11.8	94.1
	POCO IMPORTANTE	1	5.9	5.9	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Poco más del 80 % respondió de manera favorable sobre la importancia de la capacitación para los prestadores de servicios turísticos. Contrasta el dato que los responsables de los establecimientos lo consideran importante, sin embargo, en el año anterior solamente un tercio de los establecimientos ha capacitado a su personal. Solamente uno de los diecisiete encuestados considera de poca relevancia la capacitación.

Tabla 8 Algún colaborador con certificación en inglés en su área específica  
 ALGÚN COLABORADOR CON CERTIFICACIÓN EN INGLÉS EN SU  
 ÁREA ESPECÍFICA

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	1	5.9	5.9	5.9
NO	16	94.1	94.1	100.0
Total	17	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

El 94% de los encuestados carece de alguna certificación específica del área lo que sugiere la necesidad de un curso para fines particulares o específicos.

### Discusión

De acuerdo con la opinión del autor Loera Acundo en el que el idioma inglés es considerado un detonador dentro del turismo para una comunicación eficiente y en el que todo prestador de servicio debe hablarlo, en la investigación se obtuvo resultados en los que los mismos prestadores están interesados en que su personal obtenga una certificación para prestar mejor sus servicios al turista.

Así mismo, los resultados arrojados en la investigación acentúan la opinión de Ávila Bennette quien opina que el idioma en inglés no solo aplica en la situación laboral sino ayuda a la motivación y grado de satisfacción por la atención recibida por parte del turista. Quedando confirmado que en este presente estudio las opiniones de los empresarios es apoyar a sus empleados en su formación del idioma.

A pesar, de que hoy en día no están capacitados los empleados que están frente al turista se ha comprendido que el impacto del idioma en inglés para la competitividad turística es totalmente indispensable. No solamente serán competentes sino otorgarán un mejor servicio turístico al visitante o turista que pernocta en la comunidad de Tekax.

Como explica Medina Espinosa, et al. (2014):

El turismo es una apuesta importante para el desarrollo a condición de que se trate de un turismo inteligente pensado desde los intereses de las comunidades, con valores e intereses amplios y compartidos, en condiciones de lograr objetivos de desarrollo integral, bienestar sostenible y seguridad humana en un contexto de mejoramiento de la convivencia. (p.10)

En concordancia con el autor mencionado esta propuesta es pensada en los intereses de los prestadores de servicios locales quien a la vez son los que están directamente involucrados en los servicios en la comunidad de Tekax.

Si bien la investigación se enfocó en estudiar la pertinencia de una propuesta de estrategias de capacitación y profesionalización en el idioma inglés a prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax se puede entonces mencionar que no únicamente se cuenta con un número significativo de servicios turístico, sino que la comunidad está percibiendo la

importancia de crear aun mayor número y diversidad de servicios en diferentes ramas a los visitantes. Ha quedado muy marcado la importancia que el empresario le han dado al desarrollo de esta competencia lingüística durante los cursos, así como, el tiempo que se invirtió en sus colaboradores dentro del horario laboral para capacitarse habla de cómo la percepción está cambiando referente a buscar un mayor y mejor servicios de calidad a sus potenciales clientes. La capacitación otorgada a los prestadores de servicios en conjunto con la comuna viene a aportar su granito de arena para los proveedores de servicio. Cabe mencionar que se considera valioso un seguimiento a este proyecto y ofertar una continuidad a los cursos para incrementar el nivel y porque no pensar en certificar los conocimientos en el idioma del participante

En este trabajo se pretende determinar el estado actual de los servicios turísticos en área del inglés ya que un buen dominio de este ayudaría de manera significativa a consolidar al municipio como uno de los mejores municipios para visitar en Yucatán en cualquier época del año tanto por el turismo nacional como el internacional. Así, tomar acciones que puedan contribuir al desarrollo de Tekax en el sector turístico.

### **Conclusiones y Recomendaciones**

Acerca del estado actual de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Tekax referente al idioma inglés se concluye que carecen de preparación en el idioma inglés, situación que se agudiza cuando se trata de certificaciones específicas. Las estrategias para trabajar de manera proactiva esta situación sería la propuesta de un curso que venga a subsanar estas necesidades.

- Referente a los tipos de servicios turísticos que ofrece Tekax, de manera indirecta se puede detectar que lo que predomina es el servicio de hospedaje, el turismo de aventura y rural, así como los alimentos y bebidas.
- Únicamente la mitad de los empresarios conocen el nivel de inglés de sus colaboradores que están frente al cliente, pero desconocen qué tipo de certificación pueda ser esta.
- Los prestadores de servicio en la comunidad no han tenido alguna capacitación en inglés recientemente y, sin embargo, es notable que el empresario considera importante los cursos de capacitación, pero tal vez no sabe qué cursos tomar o dónde los ofrecen o en su caso está a la espera de que se le sea ofertado.
- Aunque es notorio que no estamos hablando de una gran cantidad de personas que colaboran con el empresario y están involucradas con el servicio al cliente, pero sí se observa la precaria formación en el área de inglés en los prestadores de servicios. De igual forma, se pudo detectar que solamente un prestador de servicio tiene alguna certificación en inglés que sea específica a su área. Quizás la parte medular de este trabajo es la disposición y el tiempo que el empresario pudiera otorgar al colaborador dentro de su horario de trabajo para que se capacite en el idioma inglés, se concluye con este análisis que el total de los empresarios estarían dispuestos a dar ese tiempo al empleado para capacitarse.

Como parte importante de este trabajo, consideramos estas recomendaciones durante la implementación del proyecto y posterior a este.

Parte primordial de un buen resultado de un proyecto como el que nos ocupa es definir el perfil del participante: este debe ser prestador de servicios turísticos en ejercicio y estar frente a cliente. Idealmente con formación académica de preparatoria como mínimo (aunque no indispensable).

Lugar del curso y sus características: se sugiere un espacio amplio para la capacitación equipado con sillas y mesas de trabajo, una sala con pizarrón o porta-rotafolios. Idealmente se deberá contar con proyector de cañón y equipo de audio para reproducir material auditivo. El salón deberá de ser amplio para improvisar espacios para simular prácticas en contextos situacionales. En algunos casos como el avistamiento de aves, agroturismo, senderismo, hotelería y otros contextos temáticos y por la naturaleza de la propuesta se sugiere realizar la capacitación en espacios apropiados para ello, lo cual permitirá una mayor apropiación de los temas, vocabulario etc. Cabe mencionar la importancia de estar muy cerca de los prestadores de servicios y personas responsables para considerar las gestiones, horarios, traslados y los permisos correspondientes.

Así mismo, la propuesta de material debe estar estrechamente relacionada con la propuesta de tal forma que el objetivo general del curso sería: proveer al participante de herramientas lingüísticas en diferentes contextos situacionales en el área de servicios turísticos como recurso para una comunicación más efectiva en el área de trabajo de su empresa. En otras palabras, capacitar al prestador de servicios en su área de incumbencia y a la vez entrelazar lazos que estrechen las relaciones entre los diferentes servicios y prestadores para que sepan usar esas relaciones para recomendarse unos a otros a los que requieran servicios. Cada tema conlleva objetivos particulares.

La definición de los temas es parte importante de este proyecto pues deben ser temas que sean particularmente pensados para este grupo de prestadores de servicio:

- La recepción
- En el restaurant
- Hospedaje
- Turismo de aventura
- Turismo rural
- Ecoturismo
- Birdwatching (avistamiento de aves)
- Camping

Objetivos particulares por tema: una vez que están definidos los temas es conveniente pensar en objetivos particulares por cada uno de ellos es por eso que se recomienda diseñar el material pensando en los siguientes objetivos. Se muestra en la siguiente tabla:

PROPUESTA DE PROGRAMA PARA CAPACITACIÓN EN INGLÉS A PRESTADORES  
DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN TEKAX

Programa de capacitación de inglés para prestadores de servicios turísticos Tekax, Yucatán

<b>Fecha:</b> Por definir	<b>Duración:</b> 4 WEEKS/16 SESSIONS/24 HRS	<b>Núm. Participantes:</b> 20	<b>Lugar:</b> H.Ayuntamiento de Tekax
<b>Perfil:</b> Ser prestador de servicios turísticos en ejercicio y estar frente a cliente. Idealmente con formación académica de preparatoria como mínimo (no indispensable)			
<b>Obj. General:</b> Proveer al participante de herramientas lingüísticas en diferentes contextos situacionales en el área de servicios turísticos como recurso para una comunicación más efectiva en el área de trabajo de su empresa.			
<b>Instructor:</b> Nivel B2-C1 en el idioma inglés de acuerdo con el MCER. Experiencia comprobable para la enseñanza del inglés TKT 1, 2, 3 banda 3 como mínimo			

Topics	Competence	Description	Duration	Material s
RESTAURANT	Conocer y utilizar vocabulario y frases para ofrecer menú y diferentes servicios que se dan en un restaurant, tales como descripción del menú, lugares en el restaurant, la cuenta etc. Utilizar frases usuales para recibir huéspedes y despedirlos. Aprender a solicitar datos personales. Indicar donde se encuentra ciertos lugares en el sitio. Recomendar o lugares a visitar por el huésped durante su estancia actividades a realizar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grammar: "wh" questions; is there...? Indirect questions</li> <li>• Vocabulary: restaurant and kitchen related items</li> <li>• Listening: waiter-customer chat</li> <li>• Grammar: will/going to/modals</li> <li>• Vocabulary: hostel/inn items</li> <li>• Listening: planning a trip</li> </ul>	4hrs	Videos, documentales, fotografías digitales, game board impresos, revistas digitales e impresas, material reales (herramientas, binoculares, vestimentas, lapiceros, hojas de anotación, copias, menus, formatos check in-check out, sombreros, lentes de sol, sogas, etc)
LODGING	Conocer el tipo de actividades en la naturaleza en el idioma inglés; conocer en inglés el vocabulario en contexto, preparación previa y equipo adecuado para practicarlo, así como dar instrucciones y recomendaciones durante la práctica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grammar: present simple/do/don't</li> <li>• Vocabulary: outdoor activities</li> <li>• Listening: what can I take to an adventure trip?</li> </ul>	4hrs	
ADVENTURE TOURISM	Realizar actividades en inglés que simulen espacios de convivencia e interacción con una comunidad rural, de tal manera que se pueda conocer sus expresiones sociales, culturales y productivas; un acercamiento a las tradiciones de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grammar: "wh" questions/modals</li> <li>• Vocabulary: "Glocal" items</li> <li>• Listening: people around the world</li> </ul>	4hrs	
RURAL TOURISM	Familiarizar al prestador de servicios con el lenguaje y expresiones que usuales en esta actividad turística con el propósito de minimizar el número de daños que los turistas puedan generar sobre el entorno natural. Saber recomendar cómo cuidar el medioambiente. Describir rutas y/o senderos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grammar: present continuous</li> <li>• Vocabulary: nature/landscape/festivals/fair</li> <li>• Listening: outdoors activities</li> <li>• Grammar: frequency adverbs/ present simple</li> </ul>	4hrs	
ECOTOURISM	Realizar actividades en inglés que simulen la actividad de avistamiento de aves. Aprender y utilizar vocabulario referente a la actividad. Hablar sobre el equipo que se utiliza y cómo otros países hacen esta actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocabulary: birdwatching gear and local species</li> <li>• Listening: discover birdwatching</li> </ul>	4hrs	
BIRD WATCHING	Conocer y utilizar frases y vocabulario para que los participantes del curso puedan utilizar durante la recepción de los campistas y ellos disfruten y que el campamento sea una experiencia positiva para el campero.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grammar: modals / simple present/ future</li> <li>• Vocabulary: camping and bonfire</li> <li>• Listening: camping around the world</li> </ul>	4hrs	
CAMPING	Dar instrucciones en el sitio de campamento y recomendaciones de seguridad.		4hrs	

Fuente: Elaboración propia

## Referencias

- Rosado May, F.**, 2013. *www.researchgate.net*. [En línea] Available at: [https://www.researchgate.net/publication/299426093\\_Indigenous\\_education\\_Which\\_way\\_to\\_go\\_The\\_intercultural\\_model\\_for\\_higher\\_education\\_developed\\_in\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/299426093_Indigenous_education_Which_way_to_go_The_intercultural_model_for_higher_education_developed_in_Mexico)
- Aguilar, A. S.**, 2004. *Capacitación y desarrollo de personal*. Mexico: Limusa.
- Anon.**, s.f. *www.inafed.gob.mx*. [En línea] Available at: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM31yucatan/municipios/31079a.html>
- Anzures Tapia, A.**, 2017. *repository.upenn.edu*. [En línea] Available at: <https://repository.upenn.edu/wpel/vol32/iss1/4/>
- Ávila Bennett, J. E.**, 2017. *www.dspace.uce.edu.ec*. [En línea] Available at: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/10497>
- Castro Molina, N. E., Camacho Abril, P. E. & Izurieta Puente, E. M.**, 2017. El Inglés como competencia profesional de los guías turísticos. Opuntía Brava, revista electrónica, 9(1), p. 5.
- Daniel, M.**, 2021. Cae nivel de inglés en México: en riesgo la competitividad. *revistaneon*, 1(1), p. 3.
- García López, J. M.**, 2011. *eumed.net*. [En línea] Available at: <https://www.eumed.net/ce/2011b/jmgl.pdf>
- Fisher**, 2010. *Mercadotecnia*. Madrid: McGrawHill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P.**, 2014. *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
- Medina Espinosa, S., Cuevas Contreras, T. & Rodriguez Herrera, I.**, 2014. Desarrollo Socioeconómico entre turismo y redes. En: T. C. Contreras, ed. Complejidad del Turismo en la frontera del conocimiento. Mexico: Competitive Press, S.A. de C.V., p. 275.
- Navarro Abarzúa, I.**, 2005. Capital Humano: Su Definición y Alcances en el Desarrollo Local y Regional. *Redalyc.org*, 13(1), pp. 1-36.
- Loera Ancondo, E. & Escalante Narváez, A.**, 2014. *scholar.google.es*. [En línea] Available at: [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=es&user=QJlbOP8AAAJ&citation\\_for\\_view=QJlbOP8AAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=es&user=QJlbOP8AAAJ&citation_for_view=QJlbOP8AAAAJ:Tyk-4Ss8FVUC)
- López Zaldumbide, E.**, 2017. *dspace.uazuay.edu.ec*. [En línea] Available at: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7208>
- Ocampo Franco, C.**, 2021. *bibliotecadigital.udea.edu.co*. [En línea] Available at: [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/19883/5/FrancoCarolina\\_2021\\_Im-pactoInglésTurismo.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/19883/5/FrancoCarolina_2021_Im-pactoInglésTurismo.pdf)
- Pérez Serrano, A. M., Juárez Sánchez, J. P., Ramírez Valverde, B. & César Arnaiz, F.**, 2009. DESARROLLO DE CAPACIDADES COMO MEDIO PARA FORTALECER EL CAPITAL HUMANO DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL MEDIO RURAL: caso red de turismo

alternativo Totaltikpak, A.C.. Revista de geografía agraria, 4(7), pp. 63-85.

**Tigua Anzules, J. . O., Marcillo, M. S. L. & Azúa Menéndez, M.,** 2017. Diagnóstico del dominio del inglés en el mercado laboral turístico de Puerto López. Rev. SINAPSIS, junio, 1(10), p. 14.

**Camafu,** 2018. <http://multitudes.samizdat.net/El-capital-humano.html>. [En línea]  
Available at: <https://www.camafu.org.mx/el-capital-humano/>

**ujaen.es,** 2021. *ujaen.es*. [En línea] Available at:  
[http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/enfo\\_cuanti.html](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/enfo_cuanti.html)

**Varela Méndez, R.,** 2007. *revistas.ucm.es*. [En línea] Available at:  
<https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/view/DIDA0707110327A>  
[Último acceso: 04 agosto 2021].

