

INSTITUTO SUPERIOR PEDAGÓGICO DE HOLGUÍN

“José de la Luz y Caballero”

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE
MÁSTER EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA LÉXICA DE IDIOMA
INGLÉS EN LOS DEPENDIENTES DE TIENDAS DEL TURISMO

AUTOR: Prof. Pedro Anacleto Friman Martínez

HOLGUÍN

2008

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“Nuevos Horizontes”

INSTITUTO SUPERIOR PEDAGÓGICO DE HOLGUÍN

“José de la Luz y Caballero”

**TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO ACADÉMICO DE MÁSTER EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA LÉXICA DE IDIOMA
INGLÉS EN LOS DEPENDIENTES DE TIENDAS DEL TURISMO**

AUTOR: Prof. Pedro Anacleto Friman Martínez

TUTORA: Lic. Sonnia Pupo Ferrás, MSc.

CONSULTANTE: Lic. María Elena Ayala Ruíz, Dra. C.

HOLGUÍN

2008

AGRADECIMIENTOS

A mi consultante Maria Elena Ayala Ruiz, por sus consejos y recomendaciones acerca del tema a investigar.

De forma especial, a mi tutora Sonia Pupo Ferrás, quien gentilmente accedió a la solicitud hecha por el autor y por su excelente preparación y proyección metodológica en relación con los enfoques contemporáneos en la enseñanza de lenguas extranjeras. Por su perseverancia y dedicación en la revisión de la tesis y por su profundidad científica en los análisis y valoraciones realizadas. Por su gran esfuerzo personal realizado en tan breve tiempo en la revisión y mejoramiento de la redacción del trabajo a defender. Por su entrega total en bien del prójimo

A mi familia; de forma especial a mi esposa y a mi hermano Juan Friman, por haber contribuido en el aprovechamiento del tiempo para la realización de la tesis.

A todos,

Muchas gracias

DEDICATORIA

A la memoria de mi padre, quien despertó en mí el espíritu de superación.

SÍNTESIS

El proceso de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del sector turístico, necesita de nuevas vías y procedimientos que favorezcan un mayor involucramiento de los sujetos en el proceso de aprendizaje de idioma inglés.

La investigación aporta una alternativa metodológica desarrolladora y diversificada, en desarrollo, el autor asume el entorno laboral como el principal taller para favorecer la formación de la competencia léxica en idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo, con un sustento teórico que permite concebir las acciones pertinentes para la concreción del trabajo lingüístico-metodológico en función del objeto de la profesión.

Se precisan los elementos que confluyen en el proceso de formación de la competencia léxica de idioma inglés, a partir de las necesidades básicas del profesional y los cambios que se producen en el sector turístico.

La pertinencia de la alternativa se constata a través de los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva y su factibilidad a través de la aplicación de una experiencia pedagógica que evidencian la posibilidad de aplicación hacia el perfeccionamiento de la competencia comunicativa en idioma inglés de los dependientes de tiendas del turismo con incidencia en su desempeño profesional.

ÍNDICE

Contenido	Pág.
Introducción	1
Capítulo 1: Fundamentos epistemológicos en la formación de la competencia comunicativa del idioma inglés con fines ocupacionales en los dependientes de tiendas del turismo	9
1.1 La competencia comunicativa y la enseñanza del inglés	9
1.2 La competencia léxica en función del desarrollo de la competencia comunicativa	16
1.3 La competencia léxica con fines ocupacionales en los dependientes de tiendas del turismo	29
1.3.1 La enseñanza del inglés a los dependientes de tiendas del turismo	31
1.3.2 Situación actual de desarrollo de la competencia léxica en idioma Inglés en los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol del Destino Holguín	35
Capítulo 2: posibles vías para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo	39
2.1 Consideraciones generales para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo	41
2.2 Estructuración metodológica de la alternativa	53
2.2.1 Etapas, fases y pasos de la alternativa metodológica	57
2.3 Búsqueda de la pertinencia y factibilidad de la alternativa a través de talleres de reflexión crítica y construcción colectiva y la aplicación parcial	66
2.3.1 Resultados derivados de los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva	67
2.3.2 Búsqueda de la factibilidad de la alternativa a través la aplicación parcial	69
Conclusiones	77
Recomendaciones	79
Bibliografía	
Anexos	

INTRODUCCION

En la actualidad, enfrentamos el enorme reto de formar mujeres y hombres que puedan orientarse en el complejo y cambiante mundo en que vivimos, con la convicción de que, desarrollar una cultura general integral en nuestro pueblo crea bases para moldear la estructura ideológica de las nuevas generaciones. El mayor reto estriba en que estos propósitos tienen que lograrse en todos y cada uno de los ciudadanos y por tanto en todas las escuelas. Seminario Nacional para educadores, (2001).

Este reto de los educadores, exige de un trabajo constante en la búsqueda de vías y métodos de enseñanza que propicien, ante todo, un mayor desarrollo intelectual en cada sujeto, de forma tal que se fomente una cultura general integral.

Como expresara el Comandante en Jefe en su intervención del 13 de marzo de 2001: "La efectividad de la labor educativa de la escuela y de los maestros no puede limitarse a los resultados docentes que alcanzan los alumnos en las diferentes asignaturas, la misma debe apreciarse en un objetivo más amplio, la formación de un hombre capaz de pensar, sentir y actuar integralmente en correspondencia con las necesidades de la sociedad en que vive y el marco concreto de la comunidad en que se desarrolla."

Sobre la base de las reflexiones hechas por el máximo líder, se hace necesario enfrentar los grandes desafíos del desarrollo actual y partir de la necesidad de fomentar en los educandos una nueva mentalidad en cuanto al aprendizaje. Lograr, ante todo un aprendizaje consciente y desarrollador con un alto grado de independencia, donde se parta en primera instancia de las necesidades reales de aprendizaje. Lo que se espera es, un cambio en cuanto a la labor

pasiva de los sujetos y lograr una activa participación de estos como parte del proceso pedagógico profesional. Es lograr un mayor involucramiento del sujeto en su propio desarrollo intelectual, donde se pueda desarrollar en los mismos la habilidad de reflexionar, interpretar, valorar, argumentar y aplicar de forma práctica los conocimientos teóricos adquiridos a través de su búsqueda constante; que logre un mayor grado de independencia en la solución de los problemas y que a su vez sea capaz de plantearse nuevas metas en el proceso de aprendizaje.

En el caso particular de los trabajadores del sector turístico, se hace necesaria la introducción de nuevas vías y estrategias que respondan a las demandas actuales en cuanto a la capacitación y perfeccionamiento. Sobre esas bases, es la Escuela de Hotelería y Turismo, como centro responsabilizado de la formación y capacitación de los recursos humanos, la encargada en lograr que en el menor tiempo posible, se cuente con trabajadores más preparados y dispuestos a prestar un servicio que se ajuste a los estándares de calidad establecido para el turismo internacional.

En la actualidad, se toman todas las medidas a nivel de país y Casa Matriz en particular, por lograr, en el menor tiempo posible un desarrollo sostenible del turismo como vía básica para el desarrollo integral de nuestra sociedad. A esos niveles, se han trazado diferentes estrategias en función de lograr, en el menor tiempo posible una mayor preparación de los recursos humanos del sector. Entre las indicaciones tomadas, se encuentran entre otras, la R/60, la R/71, la instrucción 2 encaminadas a revertir la situación actual con respecto a la preparación cultural de los recursos humanos del sector.

En el caso particular de las Escuelas de Hotelería y Turismo (EHT), como Sistema de Formación Profesional para el Sector (FORMATUR), le corresponde diseñar las diferentes estrategias didáctico-metodológicas que respondan a las necesidades reales de cada uno de los entornos laborales en que se desempeñan los trabajadores en función.

En la recién concluida Asamblea de Balance de los objetivos del primer semestre del año 2008, la Directora Nacional de Formatur, precisa, entre otros aspectos, la búsqueda de otras variantes para favorecer la preparación masiva de los trabajadores del turismo en varios idiomas extranjeros.

A partir de las reflexiones anteriores se tomó como estrategia, la determinación de las necesidades reales en cuanto a la preparación idiomática de los recursos humanos (RRHH) del territorio (anexo 1). En el diagnóstico aplicado a dependientes de tiendas del turismo de la Cadena Caracol de Holguín (anexo 2), se evidencian dificultades en el dominio del vocabulario básico especializado para las funciones que realizan, lo que limita la comunicación en idioma inglés para su desempeño en las diferentes esferas de actuación, además esta dificultad se ha constatado en la realización de los exámenes de suficiencias.

En la literatura referida a enfoques y procedimientos para la enseñanza del vocabulario y la formación de la competencia léxica en idioma inglés se destacan autores como Jaén M., (2008), que propone procedimientos basados en el aprendizaje virtual a partir de ejemplos de la vida real, en función del desarrollo lingüístico y de forma particular el desarrollo de la competencia léxica. Harper Jeremy y Rossner Richard, (2000), enfatizan el contexto y la situación concreta, lo que se adecua al tema que se estudia; sin embargo, establecen como patrón la realización de los ejercicios guiados por el profesor.

Los criterios de estos autores son válidos para la formación de la competencia léxica. Estos planteamientos de gran valor didáctico-metodológico, no se adecuan a la enseñanza a dependientes de tiendas de acuerdo con la dinámica del puesto de trabajo.

Autores como (Sasson, D., 2007; Jiménez, 1986; Negrees, 1992; Fernández de la Torriente, 1994; Harper J., y Rossner R., 2000) enfatizan diferentes variantes, procedimientos y tipologías de ejercicios para la enseñanza del vocabulario, los que están enfocados hacia la enseñanza tradicional, tomando como escenario el aula.

Otros autores como (Diamond, Linda y Gutlohn, L., 2006; Gianmatteo, 2004) proponen otras variantes posibles para la enseñanza del vocabulario, destacándose el uso de la enseñanza intencional, el desarrollo de estrategias de aprendizaje y aspectos relacionados con el componente cultural para lograr un proceso de comunicación exitoso y ajustado a sus necesidades. Estos criterios son válidos para la formación de la competencia léxica a dependientes de tiendas del turismo.

Por otra parte, Peñalver (1991) resalta la importancia de la semántica y su lugar como punto de partida en lugar de punto de llegada en la comunicación, algo que nunca se había hecho por influencia de la gramática tradicional, que como se conoce, regalaba el plano semántico y concedía toda la prioridad a la gramática...”

Existen tendencias, enfoques, procedimientos y tipología de ejercicios sobre la enseñanza del vocabulario y la formación de la competencia léxica, los que se basan en el trabajo del profesor con los estudiantes en el aula. En las búsquedas realizadas, no se encontraron referencias para la formación de la

competencia léxica de idioma inglés desde el puesto de trabajo a dependientes de tiendas del turismo. Lo que constituye una situación problemática que debe ser resuelta con métodos de la ciencia y fundamenta el problema científico que estimula el desarrollo del presente estudio.

Problema científico: ¿Como favorecer la comunicación en idioma inglés de los dependientes de tiendas del turismo? y se define como **objeto de investigación** la competencia comunicativa del inglés con fines ocupacionales en los dependientes de tiendas del turismo y se define **campo de acción** el desarrollo de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del sector. Como **objetivo** se define la elaboración de una alternativa metodológica para favorecer el desarrollo de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del turismo.

Preguntas científicas

- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos que sustentan el desarrollo de la competencia comunicativa de idioma inglés con fines ocupacionales y formación de la competencia léxica en particular?
- ¿Cuáles han sido las principales tendencias en la enseñanza del inglés a los dependientes de tiendas del turismo?
- ¿Cuál es el estado actual de desarrollo de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo?
- ¿Cómo elaborar una alternativa metodológica para favorecer el proceso de desarrollo de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas?

- ¿Cómo se valora la pertinencia y factibilidad de la alternativa metodológica para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del turismo?

Tareas de investigación

- Caracterizar los fundamentos que sustentan el desarrollo de la competencia comunicativa en la enseñanza-aprendizaje de idioma inglés con fines ocupacionales y la enseñanza de la competencia léxica en particular
- Valorar las tendencias de la enseñanza del inglés a dependientes de tiendas del turismo
- Determinar el estado real de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol en el destino Holguín
- Elaborar una alternativa metodológica para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del turismo
- Constatar la pertinencia y factibilidad de la alternativa metodológica en talleres de reflexión y construcción colectiva y a través de la aplicación parcial de la misma.

Métodos y Técnicas de Investigación:

Análisis-síntesis: para el análisis y síntesis de la información en la elaboración del marco teórico-referencial y en la elaboración de la alternativa

Histórico-lógico: para caracterizar el comportamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje de idioma inglés con fines ocupacionales en los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol en la provincia Holguín

Inducción-deducción: para la determinación de las regularidades, generalizaciones y exponer las características en la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo

Sistémico-estructural-funcional: para analizar el proceso de formación de la competencia léxica, donde se tiene en cuenta que la lengua es un sistema, en la que intervienen múltiples variables que se mezclan en el desarrollo de dicho proceso

Modelación: con el propósito de elaborar una alternativa que se sustente en los enfoques más actualizados para favorecer el proceso de formación de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del turismo

Observación: para caracterizar el estado real de formación de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas de la cadena de Caracol en el Destino Holguín

Prueba pedagógica: para diagnosticar y caracterizar el estado real de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas de la cadena de Caracol de la Provincia de Holguín

Encuestas: para determinar las necesidades de comunicación de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo, así como conocer los criterios de docentes y clientes acerca del desarrollo lingüístico de los profesionales de tiendas

Entrevistas: para determinar las necesidades básicas de desarrollo de la competencia comunicativa, con especial énfasis en la competencia léxica, sobre la base de las diferentes esferas de actuación

Talleres de reflexión crítica y construcción colectiva: para la valorar la pertinencia de la propuesta en sus diferentes etapas, fases y pasos de desarrollo

Experiencia pedagógica: para evaluar la factibilidad de la alternativa metodológica en el proceso de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del sector

El **aporte práctico** es una alternativa metodológica desarrolladora y diversificada a partir de los fundamentos teóricos asumidos que se aplican en las variantes que se proponen para la aprensión de la competencia léxica de los sujetos.

La novedad científica de la alternativa metodológica radica en el fortalecimiento de la competencia léxica de los dependientes de tiendas del sector turístico en función de los diferentes perfiles ocupacionales; integrando las Necesidades Básicas de Aprendizaje (NBA) al proceso de formación idiomático y se basa en las limitaciones detectadas en el diagnóstico.

La actualidad de la investigación se evidencia en su contribución al logro de niveles cualitativamente superiores en el desempeño profesional de los dependientes de tiendas y se logra una mayor integración con las empresas, donde el dominio del idioma extranjero es un objetivo priorizado en sus esferas de actuación.

La tesis consta de introducción, y dos capítulos: el primero incluye los fundamentos gnoseológicos, psicológicos y didácticos de la competencia

comunicativa en el proceso pedagógico profesional de idioma inglés con fines específicos (IFE), y de forma particular con fines ocupacionales; el análisis histórico - tendencial del objeto de investigación y su estado real. El segundo capítulo aporta la alternativa metodológica, y la búsqueda de la pertinencia y factibilidad de la misma a través de los talleres de reflexión y construcción colectiva y la aplicación parcial de alternativa. Finalmente, la tesis incluye un cuerpo de conclusiones, recomendaciones, la bibliografía consultada y los anexos.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS EN LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA DE IDIOMA INGLÉS CON FINES OCUPACIONALES EN LOS DEPENDIENTES DE TIENDAS DEL TURISMO

En este capítulo se valoran los principales preceptos teóricos y metodológicos acerca de la formación de la competencia comunicativa y sus principales influencias en la enseñanza del idioma inglés. Se incluye además, el papel de la competencia léxica en función de la formación de la competencia comunicativa con fines ocupacionales. Enfoques y procedimientos metodológicos para la enseñanza del vocabulario. La formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol, así como las principales limitaciones de estos en relación con la competencia léxica en idioma inglés en su desempeño profesional.

1.1 La competencia comunicativa y la enseñanza del inglés

La idea de competencia es una de las ideas más importante que está sirviendo en la actualidad para reorganizar y reordenar los contenidos escolares y los diseños curriculares. Berdud Ramírez, I. (2004). Según el Diccionario Enciclopédico Salvat Universal, competencia es “aptitud, idoneidad” y competente significa bastante, debido, proporcionado, oportuno, adecuado.” (Tomo 6).

Para hacer referencia al desarrollo de la competencia comunicativa en el proceso de enseñanza de lenguas extranjeras, es necesario además partir del análisis de la **comunicación** como proceso interactivo y complejo en la satisfacción de necesidades básicas en el acto del habla.

“En un sentido amplio, la comunicación constituye un principio universal de interrelación a múltiples niveles: biológico, psicológico, sociológico y cosmológico. En el ámbito de la existencia humana, se evidencia en las diversas conexiones con la realidad circundante y en particular a través del lenguaje. Todos los seres humanos se valen de la comunicación en su vida personal, laboral y social, pero existen profesiones en las que constituye medio esencial de su desempeño. En este caso destacan los maestros, los políticos, los periodistas, los comunicadores sociales y en particular los locutores” Pérez, (2008).

En la comunicación como proceso de interacción entre un emisor y un receptor, se debe prestar especial atención al proceso de codificación y decodificación del mensaje que se desea transmitir. Es ahí la importancia de dominar de forma precisa el idioma que se use para lograr una comunicación efectiva. Cuando se habla del proceso comunicativo, se deben tener en cuenta elementos

esenciales vinculados al desarrollo de la competencia comunicativa necesarios para que este proceso pueda fluir con éxito.

El concepto de competencia comunicativa surge en el ámbito de la etnografía de la comunicación en los años 70 y trata de ampliar el restringido concepto de competencia lingüística ofrecido por Chomsky (1957), se plantea la idea de que aprender una lengua no solo consiste en adquirir un código o conjunto de formas lingüísticas; sino también adquirir una serie de habilidades que orienten sobre cómo usar ese código en las diferentes situaciones comunicativas. Esta noción de competencia fue planteada por Dell Hymes, (1971) y pronto se incorpora a un nuevo paradigma en el estudio del lenguaje: el llamado paradigma comunicativo establecido por Gómez Molina, (1995), opuesto al paradigma formal de las corrientes estructuralistas y generativistas y centrado en el lenguaje en su uso social y comunicativo. Este paradigma comunicativo tiene un origen multidisciplinar e intenta incorporar y armonizar las aportaciones de disciplinas tradicionalmente consideradas marginales o periféricas por las corrientes antes mencionadas, análisis de la conversación, sociolingüística, gramática del texto y pragmática. Sin embargo, dicho paradigma comunicativo fue empleado con éxito en la didáctica de segundas lenguas: en este ámbito, autores como Canale y Swain (1980) y Canale (1983) transformaron el concepto monolítico de competencia comunicativa de Hymes (1971) en una concepción multidimensional o modular de diversas destrezas o subcompetencias que interactúan durante la comunicación diaria y permiten al hablante ser creativo con las reglas o convenciones de la comunicación: la subdividen en competencia gramatical, sociolingüística, discursiva/textual y estratégica. La competencia comunicativa hace referencia al aprendizaje de

alguna lengua, es decir, se pretende que el educando sea competente para comunicarse en la lengua estudiada tanto en la forma oral como escrita en las distintas situaciones de la vida cotidiana.

Esto implica no sólo el conocimiento de la lengua a nivel lingüístico, tales como las reglas morfosintácticas o los códigos fonéticos --saber lingüístico--, sino también un conocimiento en la aplicación del saber lingüístico en situaciones reales de orden socio cultural --esto se le conoce como el saber hacer--, lo que hasta cierto punto, tiene implicaciones más profundas con el saber ser. Murria, B., (1997).

A través de estos nuevos análisis en relación con el desarrollo de la lingüista, se favorecen criterios básicos que fundamentan aspectos importantes a tener en cuenta en el desarrollo de la competencia comunicativa. En esta etapa se habla de aspectos tales como el saber hacer y el saber ser, encaminados a desarrollar en los sujetos la posibilidad real de hacer un uso real de la lengua que se aprenda a partir de situaciones reales en el acto del habla.

En el caso particular de la enseñanza de lenguas extranjeras, se hace referencia al término **competencia comunicativa**, relacionada de forma particular con el proceso de comunicación.

Según Filiberto Beltrán, (2005) la **competencia comunicativa** es el conjunto de habilidades que posibilita la participación apropiada en situaciones comunicativas específicas. Este autor afirma que participar apropiadamente en una interacción comunicativa consiste en cumplir con los propósitos de la comunicación personal; esto es, lograr lo que se quiere o necesita y hacerlo dentro de lo socialmente aceptable. En sus consideraciones se destaca el

papel que desempeña la interacción social en la construcción de la competencia comunicativa.

El autor asume como criterio básico, la necesidad de lograr el desarrollo de habilidades en los sujetos encaminadas a fomentar patrones de conductas que posibiliten una comunicación fluida y despojada de esquematismos estructurales y métodos conductistas, donde se propicie en primer lugar, que el individuo ocupe un lugar activo en la construcción de sus propios conocimientos y en su actuación diaria en la sociedad.

Competencia comunicativa según Cancio, C., (1998), es “aquella que comprende lo gramatical, pero también actitudes, valores y motivaciones referentes a la lengua, a sus rasgos y usos, e integra actitudes para la interrelación de la lengua con otros códigos de la conducta comunicativa”.

Giovannini y otros, (1996) referenciado por Ramírez Berdud plantean que la **competencia comunicativa** es la serie de conocimientos de reglas lingüísticas, psicológicas, culturales y sociales, inconscientes y necesarias de un individuo para utilizar el idioma en cada situación de forma adecuada.

Estas definiciones evidencian un conjunto de rasgos y elementos básicos a tener en cuenta para facilitar en los educandos un desarrollo exitoso en diferentes niveles de aprendizaje de lenguas extranjeras; proceso a través del cual se deben potenciar entre otros elementos: la asignación de actividades encaminadas a desarrollar en los sujetos tareas docentes donde se motive la necesidad de expresión, donde se vinculen los temas tratados con sus vivencias personales, así como con sus intereses personales según la edad y motivaciones individuales y colectivas. Esta aseveración toma como punto de partida, la necesidad del maestro de conocer cuales son las principales

dificultades de sus discípulos y sus conocimientos acerca de las limitaciones personales y colectivas en su actividad personal en cuanto al desarrollo de la competencia comunicativa en la cual actúan factores internos y externos, que intervienen de forma directa en su desarrollo emocional e intelectual.

Titone, R. referenciado por Castillo, Antonio (2001), plantea que ningún acto de comunicación sucede en el vacío, dos personas que se comunican pueden actuar significativamente tan sólo si poseen una competencia comunicativa suficientemente homogénea, que no quiere decir simplemente uniformidad de códigos (aspecto formal), sino convergencia de disposiciones pragmáticas y por consiguiente socioculturales, cognitivas y dinámico-afectivas. Refiriéndose al acto comunicativo, Castillo afirma que este no se entiende como algo estático, ni como un proceso lineal, sino como un proceso cooperativo de interpretación de intenciones. No se limita a la expresión oral, de manera simultánea se puede dar en diferentes modalidades (escuchar, hablar, leer y escribir), por esto requiere la capacidad de codificar y decodificar mensajes atendiendo a las finalidades de la comunicación.

El autor considera que muchas pueden ser las teorías y los aportes al tema relacionado con la formación de la competencia comunicativa en los educandos, tanto de índole lingüístico, como psicológico. Sin embargo, si no se es capaz de orientar la enseñanza sobre la base de las necesidades de aprendizaje de los sujetos, no será posible entonces el logro de los resultados esperados en esta esfera del quehacer comunicativo.

En ocasiones se observan docentes, que en lugar de colegiar los temas a tratar en clases, a partir de los intereses de los sujetos, invitan a los mismos a reflexionar sobre temas poco conocidos o de poco valor para estos, sin tener en

cuenta una preparación previa que facilite la adquisición de elementos lingüísticos o sociolingüísticos a favor de lograr una comunicación más fluida y abierta. Es necesario apuntar que para lograr el desarrollo de la competencia comunicativa, se deben considerar tres componentes básicos que son: conocimientos, habilidades y actitudes. Estos elementos interrelacionados pueden favorecer de forma mancomunada el desarrollo armónico de lo que se pretende.

La competencia comunicativa implica el despliegue de capacidades relacionadas con el uso del lenguaje, competencias lingüísticas, discursivas, pragmáticas, etc. Las competencias en la lengua escrita y las habilidades lingüísticas, desde el enfoque funcional y comunicativo de los usos sociales de la lengua, se concretan en cuatro: escuchar, hablar, leer y escribir; contextualizadas en una gran variedad de géneros discursivos, orales y escritos (exposiciones académicas, debates, presentaciones, entrevistas, reseñas, asambleas, cartas, narraciones, autobiografías, tertulias, etc. Cinta, (2001).

La **competencia lingüística**, como componente esencial de la competencia comunicativa encierra una serie de elementos de gran importancia para el desarrollo de la comunicación.

Cuando se hace referencia al desarrollo de la competencia lingüística, se tienen en cuenta: la gramática, la pronunciación y el vocabulario.

Todos estos componentes desempeñan un papel importante en el desarrollo de la competencia lingüística. El proceso de comunicación fluye cuando existe una integración coherente entre los tres planos de la lengua. Lo que no contradice la idea del papel relevante que desempeña el desarrollo del vocabulario de una lengua en particular en la comunicación. En el caso específico del idioma inglés,

se puede observar como dos personas que hablan una misma lengua, en ocasiones se le hace difícil distinguir el significado de una palabra dada, por el simple hecho de no formar parte de su acervo cultural. Por ejemplo, las palabras crip y cot, tienen un mismo significado; sin embargo, por el hecho de formar parte del léxico de diferentes hablantes de idioma inglés, pueden constituir una barrera en la comunicación. Este fenómeno puede darse de igual forma si se tiene en cuenta el plano fónico; no obstante, en el análisis del tema se dedica atención particular al tratamiento del plano léxico, considerado a partir de la década del 90 como **competencia léxica**. Este no sólo incluye el conocimiento del vocabulario, sino otros elementos socioculturales que forman parte indisoluble de este campo de acción en el proceso de comunicación.

1.2 La competencia léxica en función del desarrollo de la competencia comunicativa con fines ocupacionales

Autores como (Nation, 1990; Sanjuán, 1991; Maiguashca, 1993; Schmitt, 1995), reconocen la utilidad de la definición de la competencia léxica para los profesores de idiomas. Esta por un lado, le aporta criterios de referencia para evaluar el aprendizaje y le ayuda a diagnosticar las dificultades de aprendizaje del léxico; y por otro, le permite evaluar no solo los contenidos de los libros de texto, libros de actividades y tests, sino también, planificar adecuadamente la enseñanza en un determinado nivel o especialidad determinada.

Si se indaga sobre qué se entiende por competencia léxica y cómo está organizada, se encuentra que para Lahuerta y Pujol, (1996), “la capacidad para relacionar formas con significados y utilizarlas adecuadamente, se denomina competencia léxica, y al lugar donde reside el conocimiento de esa competencia se le denomina lexicón mental”; en este mismo orden Luque Durán (1998), valora que “el lexicón es una realidad mental paralela a otra realidad física que conocemos como mundo, y distingue en el lexicón dos componentes: las unidades como elementos que han cristalizado las realidades peculiares, únicas y discretas y las redes como todas las relaciones que mantienen entre sí las unidades: sustitución, oposición, parecido, redes semánticas, semiotización, etc.”

La competencia léxica para Giammatteo, M., (2004) representa el conocimiento de la estructura y funcionamiento del sistema léxico de la lengua, en función de la cual este sistema puede utilizarse eficazmente por los hablantes a partir de las consideraciones pragmáticas pertinentes, lo que implica el uso de modelos mentales y culturales.

El autor asume la idea de la lingüista Gianmatteo, (2004) cuando refiere el componente cultural para lograr un proceso de comunicación exitoso, ajustado a sus necesidades. Si bien es cierto que el objetivo básico que se persigue en la actualidad, es lograr un proceso pedagógico profesional desarrollador y personalológico.

Castellanos, S (2002) se refiere al aprendizaje desarrollador como "aquel que garantiza en el individuo la apropiación activa y creadora de la cultura, propiciando el desarrollo de su autoperfeccionamiento constante, de su

autonomía y autodeterminación, en íntima conexión con los necesarios procesos de socialización, compromiso y responsabilidad social."

El dominio del vocabulario de una lengua extranjera posibilita un aprendizaje desarrollador cuando el estudiante se comunica haciendo uso de este, partiendo de sus potencialidades y necesidades de comunicación; y estableciendo nexos entre estas necesidades, los conocimientos y habilidades idiomáticas para aplicarlos de forma activa y creadora en su interacción social. A través del dominio del vocabulario se estimula en el individuo un mayor desarrollo de la competencia comunicativa.

Para lograr un aprendizaje desarrollador, además se hace necesario desarrollar en los individuos las herramientas necesarias que favorezcan una cultura integral basada en el logro de altos niveles profesionales que le permitan un nivel de comunicación exitoso. A tales efectos es necesario, independientemente del método o vía que se utilice en el proceso pedagógico profesional, considerar la importancia que reviste el desarrollo de la competencia léxica en función de propiciar en los sujetos y en el caso específico de los dependientes de tiendas del turismo la competencia léxica necesaria para el acto comunicativo en su esfera de actuación; la que debe desarrollarse sobre bases sólidas de comunicación para el logro de las metas propuestas.

En los estudios realizados acerca de la competencia léxica, se ha podido constatar el alto grado de aceptación que ha tenido esta en el campo de la investigación lingüística por diferentes autores, los cuales incluyen componentes psicológicos o personológicos interrelacionados que pueden posibilitar la actuación exitosa en un contexto dado.

Son varias las propuestas que, desde diferentes concepciones epistemológicas, indican los tipos de unidades que integran la competencia léxica. Así, el Marco de Referencia Común Europeo, Consejo de Europa, (2001) señala que la competencia léxica agrupa elementos léxicos y elementos gramaticales. Cuando clasifica los elementos léxicos, los agrupa en dos bloques: vocabulario abierto o clases abiertas de palabras, y expresiones hechas, compuestas por varias palabras, que se aprenden y se utilizan como un todo. Este segundo grupo incluye: fórmulas fijas, modismos, estructuras fijas, aprendidas y utilizadas como conjuntos no analizados, otras frases hechas y combinaciones de régimen semántico o colocaciones. Y cuando delimita los elementos gramaticales, hace referencia a conjuntos léxicos con fines gramaticales y semánticos; estos pertenecen a lo que se denomina “vocabulario cerrado” o “clases cerradas de palabras” formadas por los artículos, cuantificadores, demostrativos, posesivos, pronombres personales, pronombres relativos, adverbios interrogativos, posesivos, preposiciones, verbos auxiliares y conjunciones Gómez (2001).

El autor asume la posición del Marco de Referencia Común Europeo, a partir del hecho de que la competencia léxica no se puede ver como el conocimiento de palabras vinculadas a sustantivos, adjetivos y otros tipos de palabras. La competencia léxica hay que verla desde un campo más amplio, pues cada palabra, independientemente de su función gramatical, tiene un significado en la cadena hablada. Además, este fenómeno hay que analizarlo con una visión más amplia en el complejo proceso de comunicación. Una frase hecha, compuesta por varias palabras tiene un significado en sí misma. El vocabulario, es sin dudas uno de los componentes básicos en el tratamiento de la

competencia léxica para los dependientes de tiendas del turismo, el cual es imprescindible para el desarrollo de la competencia comunicativa en idioma inglés para su desempeño profesional.

El incremento del vocabulario propio es una parte importante, tanto en el aprendizaje de idiomas, como en la mejora de las propias habilidades en su lengua materna y esta ha sido una de las limitaciones fundamentales en el desarrollo de la competencia léxica en los dependientes de tiendas del turismo.

La adquisición del vocabulario, tanto en el primer idioma como en los segundos y (o) lenguas extranjeras, es un proceso muy complejo. La primera distinción que se debe hacer es entre vocabulario pasivo y vocabulario activo. El primero es el vocabulario que el sujeto entiende sin ayuda o con muy poca ayuda, pero que no es capaz de utilizar autónomamente. El segundo, es el vocabulario que el sujeto comprende sin problemas, pero que además, es capaz de utilizar cuando lo necesita y sin necesidad de ayuda. Parece claro, por tanto, que el vocabulario más amplio de una persona es el vocabulario pasivo, y parece claro también, que si una persona no tiene una palabra "almacenada" en su vocabulario pasivo, difícilmente esa palabra podrá llegar a formar parte de su vocabulario activo. Uno de los defensores de esta teoría fue Tracey Terrell (1983). Este proceso parece ser paulatino y relativamente "lento", ya que no sería un aprendizaje sino una adquisición.

El autor asume que la diferencia entre las dos variantes fundamentales que se adoptan en el aprendizaje del vocabulario, dependen en gran medida de varios factores: primero de la necesidad del hablante de usar el término en situaciones diversas, de la motivación y de la necesidad de dominar el término, vía a través de la cual se apropia del nuevo vocablo; así como de otros elementos

vinculados a la psiquis del individuo, proceso en el cual desempeñan un papel fundamental los procesos internos y externos del aprendizaje de la lengua extranjera. **Cuantas más veces ese sujeto intente acceder a esa forma, más asequible será.**

Este tipo de análisis de vocabulario activo y pasivo, como se expresa anteriormente, tiene su explicación en aspectos que han afectado de forma continua el proceso de enseñanza-aprendizaje de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo y que han limitado en gran medida el desarrollo de la competencia comunicativa como competencia integradora en el proceso de comunicación en idioma inglés. Es responsabilidad del profesor, desarrollar un proceso encaminado a sentar las bases lingüísticas que le permitan al sujeto determinar sus potenciales lingüísticas y sus necesidades; además de aplicar nuevas vías y estrategias para facilitar el aprendizaje de este, a tono con la dinámica del desempeño de los trabajadores del turismo.

La enseñanza del vocabulario como parte integrante de la competencia comunicativa y de la competencia léxica en particular, en el aprendizaje de una lengua extranjera dada, ha transitado por varias etapas.

La Lexicología Histórica o etimología estudia el origen de la palabra, sus cambios y desarrollo y tiene en cuenta las fuerzas lingüísticas y extralingüísticas que modifican su estructura, significado y uso. Una de las críticas que se hace a este tipo de análisis, es precisamente su enfoque atomista ya que considera la palabra como ente individual y aislado. Sin embargo, la lexicología descriptiva de la Lengua Inglesa analiza la palabra en su estructura morfológica y semántica partiendo de la interdependencia entre esos elementos.

El autor considera que la palabra hay que verla en su constante desarrollo, en sus relaciones lingüísticas y en su uso por la sociedad. Lo que en un momento fue una palabra simple, por ejemplo, puede por necesidad de la comunidad que la usa convertirse en una palabra compuesta. Cada fenómeno nuevo en la sociedad y en la actividad humana de forma general que pueda ser de importancia, se refleja en el vocabulario. Es importante ver su desarrollo sobre la base de los cambios sociales, políticos y culturales de forma íntegra. Además se deben tener en cuenta los adelantos de la ciencia en función de las mejoras continuas de la sociedad.

El enfoque materialista considera el origen, desarrollo y uso de las palabras en dependencia de las necesidades de la comunicación social. La dialéctica de su desarrollo, determinada por su interacción con el desarrollo de la práctica humana y su desarrollo.

A la luz de la teoría de la reflexión de V. I. Lenin (1907), se sabe que el significado de las palabras es un reflejo de la realidad objetiva. Las palabras sirven para nombrar cosas, acciones, cualidades y según, son modificadas y se adaptan a las necesidades de los hablantes. Durante este proceso, se favorece el desarrollo de la competencia comunicativa en función de lograr un proceso de comunicación más acabado.

Por tal razón, el autor asume que al momento de enseñar el léxico de una lengua y en especial el léxico del Inglés como lengua extranjera con fines ocupacionales, no se debe plantear la superioridad de un método sobre otro; sino partir de las necesidades básicas y las motivaciones personales de los sujetos en función de lograr una apropiación objetiva de la palabra que se incorpore al acervo personal del hablante. **Cuanto más acerque la palabra al**

contexto de que se trata, más motivación y necesidad de aprendizaje se logrará.

Uno de los enfoques que ha sido utilizado por muchos docentes, ha sido el uso de sinónimos para expresar lo nuevo. Sin embargo; según teorías de especialistas de lenguas tales como (McCarthy, 1995; Howard Jackson 1995), plantean que el uso de la sinonimia no se considera un método efectivo ya que no existe una sinonimia total. Sobre esta teoría, plantean cinco elementos básicos a través de los cuales demuestran la ineficacia de esta variante: la conducta sintáctica de la palabra, la colocación, el registro, el dialecto en que se usa, la especialización del término, su connotación, y el arcaísmo.

Si bien se puede hablar de cierta similitud de significado entre algunas palabras, se tendría que anotar que se trata de sinónimos en un sentido amplio, no estricto Jackson, (2000). Esto tiene repercusiones en el dominio que pueda lograr el aprendiz de una lengua extranjera (LE), pues para él la palabra nueva será un sinónimo absoluto de otra más común y conocida y, por ende, no tendrá características particulares que la diferencien y le confieran su especificidad de significado así como la razón de existir en el sistema de una lengua. Asimismo, en caso de que el alumno utilice la palabra no lo hará con la precisión exacta.

El autor asume, sobre la base de su experiencia profesional, que los elementos antes mencionados afectan el nivel de aprendizaje y uso del vocabulario, como sucede además con la enseñanza de los antónimos. En el proceso de la enseñanza de antónimos, no se sugiere la presentación de la pareja en la misma actividad docente. El autor ha podido constatar que en la mayoría de los casos existe una tendencia a confundir los mismos.

En estudios realizados por especialistas de la lexicología, se ha planteado la importancia de la palabra como unidad fundamental del lenguaje y además se ha demostrado que su uso no solo encierra el dominio de la palabra en sí, sino además, conocer su estructura gramatical, sus características fónicas, su uso correcto en la cadena hablada y su uso por la sociedad.

...”expresarse en una lengua cualquiera, supone por consiguiente, usar uno de los andadores fáciles con los cuales marcharía cómodamente el pensamiento; pero al mismo tiempo quedamos limitados al empleo de las formas de expresiones que acepte como válidos la comunidad parlante de que formamos parte. El artista de la palabra, al poner en tensión todos los recursos de que es capaz su idioma, consigue crear nuevas formas de lenguaje que pueden ser admitidos o eliminados por su grupo o por algunos de sus sectores.” Gili y Gaya, S., (1975).

El autor considera que la sociedad como ente activo en el proceso de comunicación con sus coterráneos, puede hacer suya la inmensa gama de léxico que se incorpora al acervo cultural de cada uno de los individuos en dependencia del entorno en que vive o se desempeña como profesional. Este fenómeno social es muestra del papel que desempeña la comunidad y la sociedad a favor del desarrollo de la lengua en el proceso de interrelación del individuo y su papel en cuanto a la comprensión de los fenómenos que le rodean. En ocasiones, es difícil explicar como individuos que usan una misma lengua para satisfacer sus necesidades comunicativas presentan dificultades en su comunicación. Sin embargo, no siempre se tienen en cuenta algunos factores tales como: procedencia social, grupo social, interés individual, y otros factores vinculados a la cultura, que se convierten en factores muy importantes

en la satisfacción de las necesidades comunicativas. Estas consideraciones generales, tienen su basamento en factores sociolingüísticos vinculados a la necesidad y motivación del individuo en cuanto a la incorporación de las nuevas palabras o las palabras cambiadas.

...”el lenguaje es algo por lo que pasamos todos y resulta ser, en realidad, una experiencia personal. Pero a la vez es un proceso muy complejo, diversificado, condicionado por múltiples factores tales como nuestras propias características personales, las situaciones y los entornos sociales y culturales (lugares, personas, sucesos y objetos) en que aprendemos las diferentes cosas de las que debemos apropiarnos, los recursos con que contamos para hacerlo, la intención y los deseos que tengamos de aprender y eso da lugar a muchas opiniones diferentes.” Castellanos Simon, Doris y Cols, (2008).

Sobre la base de la aseveración realizada por la Dra. Doris Cast y Cols en su artículo “**Vivimos aprendiendo**”, se puede observar la necesidad de buscar nuevas vías, fuera del aula, para facilitar y propiciar en los sujetos otras posibilidades vivas para fomentar en ellos la necesidad de aprender. Aquí se pone de manifiesto la importancia del entorno en función del aprendizaje y específicamente la formación de la competencia léxica de idioma inglés en función del desarrollo de la competencia comunicativa en el proceso de comunicación.

Asimismo, el conocimiento y dominio del contenido léxico se desarrolla en el aula y fuera de ella mediante la observación (descubrimiento), la práctica (experimentación y generalización), el estudio (análisis y reflexión) y la conceptualización (retención, fijación, consolidación).

Por todo ello, resulta imprescindible que al delimitar el contenido léxico objeto de enseñanza-aprendizaje, una cuestión primordial es establecer el tipo de unidades léxicas que hemos de planificar para lograr la comunicación efectiva de los sujetos y que servirán de base para el enriquecimiento posterior, según las necesidades e intereses de los alumnos como usuarios, Gómez, (2001).

En el desarrollo de la competencia léxica, se deben considerar los aspectos extralingüísticos como componentes básicos para lograr una comunicación exitosa. Entre ellos se deben incluir la comunicación verbal y no verbal y otros aspectos culturales que necesita el individuo para su desempeño diario en la sociedad.

Con respecto al léxico, en la última década, se ha producido un florecimiento de los estudios en torno al mismo. De esta forma, el léxico se ha ido convirtiendo en el centro de atención de muchos de los más recientes modelos de análisis lingüístico (Pustejovsky 1995; Wanner 1996), de manera que las teorías lingüísticas contemporáneas parecen coincidir en la importancia del léxico como repositorio de información sobre la estructura oracional.

De la mano de esta perspectiva lexicalista de la lengua van debates tales como qué tipo de información se debe incluir en una entrada léxica, cómo estructurarla y si esta es susceptible de sistematización o no. Esta perspectiva lexicalista de la lengua se había centrado hasta la fecha en el estudio del léxico general. Sin embargo, desde hace algún tiempo, se ha gestado un interés creciente por el léxico especializado.

Los enfoques y teorías sobre la enseñanza del vocabulario analizado muestran la preocupación de expertos en el campo de la lingüística en la búsqueda de vías para lograr la aprensión de este, por parte de los aprendices de idiomas

extranjeros. Estos análisis y propuestas de enfoques se basan fundamentalmente en cómo enseñar el vocabulario; sin embargo, poco se ha dicho acerca del cómo aprenderlo en contexto fuera del aula.

La bibliografía existente en relación con las tendencias en la enseñanza del vocabulario en la actualidad, se ha ido ampliando de forma continua y a su vez los enfoques y procedimientos para su tratamiento en el proceso de enseñanza –aprendizaje han ido alcanzado niveles superiores en cuanto a su nivel de contextualización y su relación con el resto de los elementos en la cadena hablada. Entre los principales representantes se encuentran Harper Jeremy y Rossner Richard, (2000), quienes refieren como procedimientos o pasos metodológicos para el aprendizaje del vocabulario: el énfasis en la contextualización, el uso de la situación concreta para la introducción del nuevo vocabulario, la introducción del significado a través del contexto, preguntas sobre el nuevo término para determinar el significado, las partes del habla, enlaces de palabras que se relacionan. Estos autores jerarquizan el contexto y la situación concreta, lo que se adecua al análisis que se realiza en relación con las esferas de actuación de los dependientes de tiendas del turismo. La realización de los ejercicios son guiados por el profesor. Estos autores formulan la siguiente tipología de ejercicios:

- Ejercicios de enlace
- Completamiento de espacios
- Completamiento de recuadros de acuerdo a la categoría gramatical de la palabra
- Búsqueda de significado de la palabra
- Selección de palabras para completar oraciones

- Descripción de láminas
- Narración de historietas usando las nuevas palabras

Sasson, Dorit (2007), enfatiza la variante de enseñanza a través de juegos para favorecer entre otros, factores motivacionales y de rápida asimilación.

Por otra parte (Jiménez, 1986; Negrees, 1992; Fernández de la Torriente, 1994), proponen ejercicios tales como:

- Clasificar el vocabulario según la clase de palabras o partes de la oración
- Relacionar las palabras con su definición
- Ordenar esa lista de vocablos por orden alfabético
- Nombrar otros vocablos que pertenezcan a campos semánticos del vocabulario seleccionado
- Indicar sinónimos
- Escribir una frase con cada una de las palabras

Esta tipología de ejercicios es muy conocida y ha sido tradicionalmente utilizada por docentes en el tratamiento del nuevo vocabulario para su comprensión. En el caso particular de los dependientes de tiendas del turismo, no sólo deben comprender su significado para la comprensión de un texto dado, sino dominarlas para su uso en la cadena hablada en su desempeño profesional. Este tratamiento tradicional no ha posibilitado que los dependientes de tiendas del turismo dominen el vocabulario que necesitan para el intercambio diario con los clientes en el proceso de ventas en su entorno laboral.

Diamond, Linda y Gutlohn, Linda (2006), proponen como variantes posibles la enseñanza del vocabulario a través del uso de la enseñanza intencional y sobre la base del desarrollo de estrategias de aprendizaje por parte del sujeto.

Entre otros especialistas se encuentran Jaén M., (2008), quién propone como procedimientos básicos el aprendizaje virtual a partir de ejemplos de la vida real, donde se refleja la importancia de la sociedad en función del desarrollo lingüístico y de forma particular el desarrollo de la competencia léxica. Estas vías pueden ser tomadas como propuestas positivas para la enseñanza a los dependientes, a partir de los ejemplos de la vida real, lo que se vincula de forma directa con el entorno o esferas de actuación de los mismos. Sin embargo, en relación con la variante vinculada a la enseñanza virtual, podría ser una excelente opción, que en las condiciones actuales se ve limitada por la carencia material de las tiendas o departamentos.

Es criterio del autor, que estos tipos de actividades no responden a las necesidades de formación de la competencia léxica en función del desarrollo de la competencia comunicativa en los dependientes de tiendas del turismo, pues no están encaminadas a la formación de hábitos, habilidades y destrezas en el dominio del vocabulario para su uso en el acto del habla; no se adecuan a su dinámica de trabajo y no responden a las necesidades reales de aprendizaje de los dependientes.

Como aspectos positivos derivados del análisis bibliográfico realizado acerca de la enseñanza del vocabulario como componente principal en el desarrollo de la competencia léxica, el autor asume los criterios expresados por Harper Jeremy y Rossner Richard (2000), acerca de la contextualización y el uso de la situación concreta para la introducción del nuevo vocabulario, el aprendizaje virtual a partir de ejemplos de la vida real, Jaén M, (2008).

A partir de los distintos enfoques y procedimientos existentes y la experiencia práctica del autor en relación con el tratamiento a la enseñanza del vocabulario,

se ha evidenciado la necesidad de buscar vías más efectivas que propicien un aprendizaje más consciente y desarrollador en los dependientes de tiendas, sobre la base de la dinámica en su desempeño profesional.

1.3 La competencia léxica con fines ocupacionales en los dependientes de tiendas del turismo

La Enseñanza del Inglés con Fines Específicos (EIFE) ha sido objeto de análisis por especialistas como (Hutchinson & Waters, 1996; Robinson, 1991; Dudley-Evans, (2000) y St. John, 1998), los que coinciden al considerarlo como un enfoque de la enseñanza de lenguas extranjeras que centra la enseñanza del idioma en las necesidades de aprendizaje de un grupo en particular, en un contexto dado; así como en las condiciones reales.

El autor asume los criterios anteriores y asevera, que en la misma medida en que se parta de las necesidades básicas de aprendizaje (NBA), en esa misma medida se logrará un proceso pedagógico profesional más productivo.

A tales efectos, dentro de los mayores promotores en la introducción de este nuevo enfoque en la enseñanza de lenguas extranjeras, estuvieron los europeos, quienes trabajaron de forma incansable por satisfacer las necesidades básicas en el aprendizaje de las lenguas extranjeras según su demanda y necesidad por los estudiantes y trabajadores vinculados a las diferentes esferas del aprendizaje.

Es precisamente durante la década del 70 que el IFE ocupa una posición en el proceso de enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras y el mismo aparece oficialmente en el momento en que se hacen los primeros intentos en la introducción del **Enfoque Comunicativo**, el cual perseguía una mayor participación de los sujetos en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sin

embargo, a pesar de todos los intentos por lograr mayores resultados en la aplicación del IFE, aún permanecieron corrientes como resultado del estructuralismo en la lingüística y del conductismo en la psicología, métodos en esencia estructuralistas cuyos principales defensores fueron los lingüistas Bloomfield, (1954) y Fries, (1953). El conductismo sería una teoría basada en el aprendizaje de estímulo-respuesta y asociada con los cambios del sujeto como resultado de la experiencia. Esta teoría exigiría precisión en la enseñanza, en los objetivos y en las habilidades y utilizaría técnicas, procedimientos y situaciones que “conducirían al aprendizaje deseado”. Según esta teoría conductista, los patrones necesitarían ser exageradamente aprendidos o reiterados hasta convertirlos en hábitos inconscientes, sin tomar en cuenta el significado, lo cual sería, a la luz de las nuevas concepciones, una de sus grandes deficiencias.

El autor asume que las tendencias antes mencionadas en la enseñanza de idiomas, niegan el papel de la conciencia humana en el aprendizaje, las mismas estaban encaminadas al logro de patrones eminentemente mecanicistas que no permitían al sujeto una apropiación del contenido sobre la base de sus propias valoraciones, reflexiones, y comparaciones con el mundo circundante. Además, no favorecían en el individuo el desarrollo de su intelecto y de sus potencialidades de aprendizaje a través del razonamiento lógico.

Su unidad básica estaba centrada en el desarrollo de patrones gramaticales previamente elaborados sin un nivel de interpretación, por lo que estaba dirigida fundamentalmente a la forma y al uso de patrones de pronunciación casi perfectos sin considerar el desarrollo de la **competencia comunicativa** como función básica para lograr un proceso de comunicación efectivo. Otro de

los aspectos que no se tomaba en cuenta, era la interacción entre los sujetos, donde además se ignoraba el factor social del aprendizaje de todo idioma y, por tanto, no permitía hacer un uso del mismo de forma creativa.

1.3.1 La enseñanza del inglés a los dependientes de tiendas del turismo

El proceso de enseñanza de idioma inglés a dependientes de tiendas, ha transitado por diferentes etapas a partir de la creación de los centros encargados de la formación de los recursos humanos para el sector turístico, transitando por las escuelas de Cubanacán, el surgimiento de las Escuelas de Hotelería y Turismo (EHT) hasta el presente. Para la realización del estudio, se seleccionaron como **criterios de evaluación**: el análisis de los objetivos, descriptores, programas, enfoques y métodos de enseñanza.

La **primera etapa** se enmarca entre los años 1989-1996 cuando se inicia por primera vez la formación de los trabajadores para el turismo. En esos momentos no existía a nivel de país, ninguna institución oficial destinada a la preparación de profesionales para el sector. En esa etapa se carecía de programas e indicaciones metodológicas para el desarrollo de la docencia en las escuelas, además la preparación de la mayoría de los docentes ubicados en dichos centros, no contaba con una formación pedagógica adecuada.

Los antecedentes antes mencionados, provocaban que la enseñanza de idioma inglés a dependientes de tiendas, se caracterizara por un enfoque estructural, basado fundamentalmente en los análisis gramaticales. A tales efectos, Peñalver (1991) plantea. “Reconocer la importancia de la semántica y ponerla como punto de partida en lugar de punto de llegada es algo que nunca se había

hecho por influencia de la gramática tradicional, que, como sabemos, regalaba el plano semántico y concedía toda la prioridad a la gramática...”. La gramática constituía el objetivo primordial, por consiguiente la repetición mecánica de las formas correctas se consideraban válidas, análisis comparativos entre la estructura del inglés y el español, conjuntamente a este enfoque existía libertad para la selección de los métodos que se utilizaban en las clases, dentro de los que se encuentran: traducción, método de la lectura, directo, audioral, audiovisual etc. La utilización de tarjetas con los patrones que el alumno debía reproducir un acercamiento al enfoque comunicativo, que aunque no favorecían la comunicación hombre a hombre, fijaban patrones gramaticales que facilitaban el desarrollo ulterior de estrategias para el intercambio con los clientes de habla inglesa; donde la comunicación extraverbal desempeñó un importante papel. Pupo Ferrás, (2008).

Es criterio del autor que esta fue una de las principales limitantes de la etapa, en relación con el incorrecto tratamiento que se le daba por parte de los docentes al trabajo con la competencia léxica en la enseñanza de inglés para los dependientes de tiendas. Además otro de los factores que atentaba contra el buen desarrollo de la competencia léxica era la utilización de textos generales sin que existiera una profundización en el uso de textos especializados.

La **segunda etapa** se enmarca entre los años 1997-2005 con la introducción del **Enfoque Comunicativo** como tendencia generalizada. Es precisamente en esa etapa (1996), cuando se hace oficial la creación de las Escuelas de Hostelería y Turismo (EHT). A partir de ese momento, se elaboran los programas oficiales a nivel nacional. Sin embargo, los mismos respondían a niveles de idiomas sin considerar las necesidades básicas de aprendizaje (NBA) por

especialidades. Esta etapa evidencia un avance en cuanto al desarrollo de la competencia comunicativa de los egresados del centro, no obstante, a pesar de los esfuerzos por lograr una participación de los sujetos en el proceso de comunicación, en el caso particular de los dependientes de tiendas del turismo, no se logra la vinculación necesaria con el desarrollo del vocabulario especializado en función de las diferentes esferas de actuación.

Otro de los factores que influía negativamente, fue el diseño de descriptores enfocados al desarrollo de funciones comunicativas generales sin un vínculo directo a la especialidad.

Esta etapa se caracterizó por la búsqueda constante de materiales docentes que tributaran a la enseñanza del inglés de la especialidad. Esto favoreció el proceso de enseñanza-aprendizaje a los dependientes de tiendas, pero prevalecían los métodos y procedimientos tradicionales de la enseñanza del vocabulario.

La tercera etapa se inicia a partir del año 2005, donde se toma como antecedente la introducción de la enseñanza del francés con fines específicos en las EHT. Sobre esta base y a partir de la necesidad de lograr mayores resultados en el quehacer turístico, se elaboran a instancia nacional nuevos programas, planes de estudio y descriptores por áreas y perfiles ocupacionales que dieran respuesta a las NBA de los dependientes.

A partir de la importancia del enfoque en la enseñanza de inglés con fines ocupacionales para el turismo, es imprescindible valorar los criterios dados por David E. Griffiths, (2008), plantea "Si cualquier persona en período de formación es consciente de la enorme importancia del inglés para su trayectoria profesional, los estudiantes de turismo lo son aun más, sabiendo que es en su

sector donde esta destreza adquiere una preponderancia máxima. El inglés para el futuro profesional del turismo constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle, desde la información turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas.

Estas valoraciones, corroboran aún más la necesidad de lograr etapas superiores en la enseñanza del inglés para los dependientes de tiendas del sector, como empresas que ofertan un servicio diferenciado al cliente; donde la gestión de ventas y la promoción desempeñan un importante papel en los resultados de la empresa. Esto demuestra la relevancia del desempeño de estos trabajadores del sector. Su profesionalidad en el servicio está en gran medida determinada por su competencia comunicativa en idioma inglés, como el idioma de mayor difusión a nivel internacional. Sin embargo, a pesar de los ingentes esfuerzos en la búsqueda de las mejores vías para el desarrollo de la competencia léxica en los dependientes de tiendas, aún no satisface las necesidades, debido fundamentalmente, a las diversas esferas de actuación, la gran variedad de productos que se ofertan en las tiendas y los métodos tradicionales en la enseñanza del vocabulario.

Los criterios anteriormente analizados demuestran la necesidad de la búsqueda de nuevas vías o alternativas para favorecer el desarrollo de la competencia léxica en los dependientes de tiendas del turismo, que faciliten su aprendizaje teniendo en cuenta la dinámica en su desempeño laboral.

1.3.2 Situación real de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol del Destino Holguín

En la búsqueda de las regularidades acerca del proceso de formación de la competencia léxica de los dependientes de la Cadena Caracol del destino Holguín, se llevó a cabo un estudio con dos objetivos principales:

- Determinar el nivel de competencia léxica alcanzado por los dependientes de tiendas en ejercicio en función de desempeño laboral.
- Valorar el estado real y el nivel de desempeño alcanzado por los docentes del departamento de idiomas de la Escuela de Hotelería y Turismo Nuevos Horizontes para la concepción y concreción del trabajo con la competencia léxica de idioma inglés a dependientes de tiendas del turismo.

A partir de los objetivos propuestos, se aplicó una prueba pedagógica a 58 trabajadores de los 96 que necesitan el idioma (anexo 1), se aplicó una encuesta a 58 dependientes (anexo 3), se revisaron los documentos normativos para la enseñanza de inglés a la especialidad (anexo 4), se revisaron los lineamientos metodológicos del departamento (anexo 5), se revisaron los documentos existentes en la entidad de Caracol para conocer la situación real que presentan los trabajadores en cuanto a estudios cursados en idioma inglés (anexo 6), se revisaron 10 libros de quejas y sugerencias de las tiendas de Caracol (anexo 7), se encuestaron 12 profesores de los 20 que laboran en el departamento (anexo 8), se encuestaron 20 clientes de origen Canadiense (anexo 9), se aplicó la técnica de observación participante en 7 entidades de la cadena (anexo 10), encuesta sobre el dominio de los elementos vinculados con la comunicación no verbal (anexo 11).

El estudio de los resultados de los instrumentos aplicados permite expresar sobre la preparación de los docentes en el departamento:

- 6 (50%) de los docentes encuestados manifiestan haber trabajado con la especialidad.
- 6 (100%) de los docentes que han laborado con la especialidad, refieren que la bibliografía existente no responde a las necesidades de formación de la competencia léxica.
- De los 12 docentes encuestados, 1(8,3%) se encuentra muy bien preparado para enfrentar la docencia, 3(25%) bien preparados, 8 (66,6) se encuentran regularmente preparados.
- 6 (100%) consideran que las mayores dificultades de los sujetos están centradas en: el limitado dominio del vocabulario especializado 6 (100%), pobre desarrollo cultural 6 (100%), pobre desarrollo de estrategias idiomáticas 4 (66,6 %), falta de información acerca de los productos 5 (83,3 %), dificultades en el uso de las funciones comunicativas 1 (16,6 %).
- Sobre el análisis en el departamento de las limitaciones lingüísticas de los dependientes de tiendas 5 (41,6) consideran que siempre, y 7 (58,3) consideran que algunas veces.
- 7 (58,3), sugieren la coordinación con la empresa para el desarrollo de la docencia en cada uno de los entornos laborales de los sujetos.

A través de la aplicación de los diferentes instrumentos, acerca de la preparación idiomática de los trabajadores de la Cadena Caracol en el destino Holguín se pudo apreciar.

- 55 (60%) del total de los trabajadores con requisitos, ostentan un título de tercer nivel y el resto 41 (42,7) ostenta niveles inferiores.

- 10 (17 %) de los 58 trabajadores sometidos al análisis han recibido el nuevo programa bajo condiciones adversas.
- De los 58 trabajadores encuestados, 8 (13 %) consideran tener un alto dominio del vocabulario especializado de los diferentes departamentos, 10 (17,2 %) un dominio medio y 40 (68%) refiere tener un bajo dominio.
- De los 58 trabajadores encuestados acerca del conocimiento de aspectos culturales de los mercados emisores 11 (18,9 %) presentan buen dominio, 12 (20 %) un dominio regular y 35 (60,3 %), presentan un dominio limitado.
- En la aplicación de la técnica de observación participante en las 7 entidades, se detectaron dificultades en 5 (71 %), en el dominio de estrategias y dificultades en cuanto a la creatividad y en 2 (28 %) problemas de aptitud para el idioma.

Los criterios de los clientes estuvieron dados en:

- 17 (85 %), plantean problemas serios de comprensión y 15 (75 %) refieren limitaciones de vocabulario.

El estudio realizado por el autor, además de la experiencia de 10 años en la enseñanza de idioma inglés en el sector turístico y de manera particular con la especialidad de tiendas, permite precisar limitaciones en el dominio del vocabulario relacionado con la actividad de ventas en tiendas del turismo por parte de algunos docentes del departamento en el tratamiento a los términos de esta especialidad. Las características particulares de esta especialidad demandan de una alta preparación léxica a partir de la gran variedad de departamentos vinculados a dicha profesión. Además, el desarrollo acelerado de la ciencia y la técnica a nivel internacional, demandan de una preparación

continúa acerca de los nuevos productos que aparecen en el mercado en la actualidad.

Sin embargo, a pesar de contar con documentos encaminados a resolver parte de las dificultades mencionadas en etapas anteriores, aún subsisten otras dificultades que afectan el proceso de formación de la competencia léxica de los profesionales en ejercicio provocadas por las limitaciones existentes para el desarrollo del proceso pedagógico profesional que se lleva a cabo con los dependientes de tiendas:

- Limitado dominio del vocabulario especializado por parte de los dependientes
- Pobre actualización acerca de elementos culturales de los clientes de habla inglesa
- Pobre desarrollo de habilidades auditivas, así como limitación en la discriminación de las variantes del idioma inglés
- Limitada atención a la diversidad de los diferentes entornos laborales y sujetos involucrados en el proceso pedagógico profesional

Estas limitaciones no propician las condiciones óptimas para favorecer una apropiación lingüística de idioma inglés de forma desarrolladora.

A partir de estos preceptos, se hace necesario explotar nuevas vías más eficaces que contribuyan a elevar la competencia comunicativa de los recursos humanos vinculados a la especialidad de tiendas, en particular el desarrollo de la competencia léxica en función de lograr mayores éxitos en el proceso de ventas de forma general.

CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

El estudio teórico-referencial basado en las principales posiciones y tendencias de la lingüística y la metodología de la enseñanza del inglés, evidenció la existencia de un conjunto de concepciones teóricas que facilitan el proceso de enseñanza de este idioma para fines ocupacionales; sin embargo, carecen de un constructo metodológico que reflejen las características y exigencias de la formación idiomática de acuerdo con la dinámica en las diferentes esferas de actuación de los dependientes de tiendas del sector.

El estado actual del grado de formación de la competencia léxica en idioma inglés de los dependientes de tiendas del turismo, no alcanza los niveles de

desarrollo requeridos de acuerdo con las diferentes esferas de actuación donde se desempeñan en el ejercicio de su profesión, lo que limita el desarrollo de la competencia comunicativa de los mismos.

El análisis de las posibles incidencias en estas limitaciones, evidenció las restricciones en el dominio del idioma especializado por algunos docentes que limitan la calidad en el proceso de formación idiomática de los dependientes de tiendas del turismo.

CAPÍTULO 2: POSIBLES VÍAS PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA LÉXICA DE IDIOMA INGLÉS EN DEPENDIENTES DE TIENDAS DEL TURISMO

En este capítulo se exponen concepciones teóricas que favorecen la aplicación de la alternativa metodológica para la formación de la competencia léxica en los dependientes de tiendas del turismo. Se incluyen además, los elementos que integran la alternativa como tal, así como las recomendaciones y sugerencias de los participantes en los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva y los resultados que se obtuvieron en la aplicación parcial de la alternativa a los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol, que se desempeñan en las tiendas de Guardalavaca.

Según el ordenador 14, documento que orienta las diferentes vías para la culminación de estudios en la Maestría de Ciencias de la Educación, se propone como una de las variantes la alternativa metodológica.

El Doctor en Ciencias Luis Anibal Alonso Betancourt (2007), define la alternativa metodológica como una vía, una variante que puede adoptar el profesor de asignaturas técnicas y básicas profesionales para la dirección del proceso de aprendizaje a partir de los fundamentos teóricos y metodológicos que se establecen en el modelo metodológico de la ETP como condición indispensable para lograr la formación de un obrero competente bajo las condiciones específicas de la integración escuela politécnica-entidad laboral.

De acuerdo con los rasgos que tipifican la alternativa metodológica planteados por Alonso Betancourt L. A., (2007) el profesor determina qué alternativa aplicar según las necesidades de los sujetos objeto de aprendizaje.

Esto se pudo constatar en las alternativas elaboradas por Toro de Vargas, María C, (2008), la que incluye (Introducción, objetivo general, objetivos específicos, metodología, análisis e interpretación de resultados, comparaciones, conclusiones); Soubiron, Emy, (2005), reconoce: introducción, aspectos generales, objetivos, ventajas, inconvenientes; Morales Aguila, A., y Jiménez García, D., (2006) establecen: el estado actual del tratamiento, definiciones y contradicciones, métodos y medios.

Como se puede observar existe una diversidad de criterios para la elaboración de las alternativas metodológicas, lo que enfatiza los rasgos planteados por Alonso Betancourt L. A. (2007) en la definición de esta variante de culminación de estudios.

Para el estudio que se desarrolla, el autor propone un conjunto de consideraciones generales y la estructuración de la alternativa en etapas, fases y pasos.

2.1 Consideraciones generales para favorecer la formación de la competencia léxica en los dependientes de tiendas del turismo

Las consideraciones generales parten de un enfoque pedagógico-didáctico profesional en función de responder a las demandas contemporáneas en la enseñanza de inglés con fines ocupacionales (IFO), a partir de las necesidades reales del entorno laboral. Los criterios que se plantean responden directamente a diferentes áreas del conocimiento vinculadas de forma indisoluble al proceso de adquisición de lenguas extranjeras y en particular al proceso de formación de la competencia léxica. A través de estas consideraciones, se establecen además los nexos y relaciones entre las

diferentes áreas y sus componentes en función de lograr un proceso pedagógico profesional integral.

La determinación de las relaciones que se establecen entre los sujetos, profesores de la institución y los colaboradores de las entidades, es un requisito indispensable, en función de lograr un mayor desarrollo en el proceso de formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo. A partir de un proceso pedagógico profesional más centrado en los sujetos y sobre la base del desarrollo, para propiciar la organización de los diferentes componentes de este proceso. En este sentido se destacan procedimientos, medios y vías idóneas, para favorecer formación del sujeto y en particular de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas.

A partir de la integración de todos los componentes del proceso de formación y capacitación continua de los profesionales, los profesores y colaboradores deberán trabajar por alcanzar las siguientes metas.

- Decidir, sobre la base de la situación derivada de los diagnósticos y de los criterios de los sujetos, la determinación del método o los métodos con un enfoque comunicativo según las necesidades individuales, para fomentar la formación de la competencia léxica a partir de situaciones auténticas desde el entorno laboral. Se recomienda la utilización de métodos activos donde el sujeto del proceso se convierta en el centro del proceso en la formación de sus propios conocimientos. A tales efectos se debe partir de:
 - Las principales dificultades detectadas en el diagnóstico
 - Las necesidades planteadas por los sujetos
 - Las características de cada departamento y de cada sujeto en particular

- Las características particulares de los contenidos a incluir
- Definir los objetivos formativos para cada campo semántico vinculado a la especialidad, sobre la base de las necesidades reales derivadas del diagnóstico inicial aplicado a los profesionales.
 - Los objetivos deben ser: breves, generalizadores, concretos, orientadores y deben incluir tres componentes básicos: la habilidad, el conocimiento y la intencionalidad formativa.
- Trabajar todas las dimensiones relacionadas con el desarrollo de la competencia léxica, lo que no se limita al análisis del vocabulario como componente básico en el desarrollo de esta competencia. Se deben incluir elementos tales como:
 - La gramática, la pronunciación y la ortografía
 - La morfología
 - Las restricciones sintácticas
 - La frecuencia en lengua oral y lengua escrita
 - El uso en diversos contextos
 - Las relaciones semánticas y sintácticas con otras palabras.
 - El reconocimiento en forma oral o escrita
 - Los sentidos que connota
- Trabajar el vocabulario a partir de su relación en la cadena hablada y en función del desarrollo cultural de la sociedad y del entorno profesional para lo que se deben considerar:
 - Estilos y distribución en la cadena hablada
 - Uso cotidiano dentro de la sociedad y en función de los intereses de los clientes

- Vinculación con aspectos culturales de los clientes de habla inglesa
 - Relación con los productos que se expenden en los diferentes departamentos
- Propiciar actividades problémicas que favorezcan la búsqueda de soluciones por parte del sujeto, vinculadas a las experiencias prácticas del quehacer profesional a través de las cuales se puedan utilizar las siguientes situaciones comunicativas:
- Dar la bienvenida a un cliente
 - Expresar arrepentimiento
 - Dar información general acerca de los servicios que se brindan
 - Dar instrucciones dentro y fuera de la tienda
 - Informar acerca de los horarios de la tienda
 - Hablar sobre tendencias de la moda
 - Hablar sobre preferencias
 - Convencer a un cliente
 - Comparar precios
 - Usar expresiones de cortesía
 - Describir las características de los productos que se expenden
 - Sugerir diferentes opciones
 - Dar instrucciones
 - Responder a una queja
 - Referirse a las tallas según el país de origen
 - Hacer ofertas especiales
 - Expresar satisfacción
 - Hablar sobre gustos y preferencias

- Dar explicación correcta acerca de los precios que se oferten
- Exponer los derechos y deberes sobre la garantía de los productos
- Ofrecer disculpas

➤ Utilizar como escenario para el desarrollo del proceso, la tienda o departamento donde se desempeña cada sujeto; y a partir de las posibilidades reales que le brinda el entorno, propiciar una mayor motivación de los sujetos en la búsqueda de nuevos conocimientos, priorizando las potencialidades siguientes:

- Sujetos con mayor experiencia en el dominio del idioma inglés
- Dominio de contenidos derivados de otros departamentos de tiendas
- Utilización de objetos reales para la planificación de las situaciones comunicativas
- Contactos directos con clientes, cuando las condiciones sean propicias

➤ Explotar las potencialidades que brinda el trabajo independiente en la búsqueda de soluciones a situaciones vinculadas con el proceso de comunicación con el cliente, de forma tal que participe activamente en la solución individual, priorizando los siguientes aspectos:

- Utilización de situaciones similares, adaptadas a nuevos contextos
- Explotación de los conocimientos previos y su relación con otros campos semánticos
- Relación con sus vivencias personales como clientes

- Elaboración de situaciones donde tenga que actuar como cliente
- Incentivar el trabajo colectivo entre los miembros del departamento donde laboran, para despertar en los sujetos el desarrollo de valores y convicciones que fomenten el colectivismo, donde se elaboren planes tales como:
 - Actividades de apadrinamientos
 - Concursos de aprendizaje de aspectos relacionados con el desarrollo de la competencia léxica
 - Publicación de los resultados de los concursos
 - Encuentros de conocimientos
 - Búsquedas colectivas de información
- Propiciar el desarrollo de actividades docentes propuestas por el profesor orientador que favorezcan la auto evaluación y la coevaluación como rasgos básicos en el desarrollo profesional del sujeto a través de:
 - El trabajo de auto corrección de errores
 - La corrección colectiva de los errores detectados
 - La búsqueda de soluciones a problemas colectivos e individuales
 - La toma de decisiones colectivas en las decisiones de las evaluaciones orales
 - El desarrollo de la auto corrección y la búsqueda de solución a sus propios problemas

Para lograr un desarrollo integral efectivo, se deben tener en cuenta aspectos relacionados con los procesos volitivos y afectivos del sujeto con el objetivo de fomentar en los mismos un aprendizaje desarrollador, centrado en la atención a

la diversidad. Dadas las características particulares del proceso de enseñanza de lenguas extranjeras y en particular la enseñanza de la competencia léxica de idioma inglés a dependientes de tiendas, los profesores y colaboradores deben prestar especial atención a los aspectos siguientes:

- Realizar diagnósticos idiomáticos periódicos donde se valoren las capacidades y potencialidades de los sujetos y se tengan en cuenta los procesos afectivos de los sujetos y se parta de las posibilidades reales en cuanto al aprendizaje del inglés y en particular en cuanto al desarrollo de la competencia léxica donde se incluyan las siguientes valoraciones:

- Estado inicial y estado actual
- Nivel de desarrollo en el aprendizaje
- Principales limitaciones en el aprendizaje de inglés
- Barreras psicológicas que limitan su desarrollo lingüístico

- Fomentar en los sujetos confianza, seguridad y entrega a la actividad que se realiza en pos de lograr estadios superiores en cuanto al desarrollo de la competencia léxica de inglés a través de:

- La estimulación de los sujetos a partir de sus avances en la adquisición de nuevos conocimientos
- La asignación de actividades para la toma de decisiones personales
- La asignación de tareas lingüísticas de mayor exigencia

- Incentivar en los sujetos las vías más idóneas para propiciar un aprendizaje significativo sobre la base de sus propias reflexiones y a través de las relaciones que se establecen con los conocimientos que forman parte de su acervo cultural. Se deben realizar actividades tales como:

- Juegos de roles donde demuestren y descubran sus conocimientos idiomáticos y sus vacíos de información a partir de estudios anteriores
 - Análisis de textos vinculados a su actividad diaria para favorecer el análisis del vocabulario conocido y el nuevo vocabulario
- Diseñar actividades encaminadas a desarrollar la creatividad en la introducción de nuevas palabras y frases relacionadas con su desempeño profesional. Las actividades pueden estar vinculadas a sus experiencias diarias y encaminadas a dar solución a situaciones problemáticas propias del entorno laboral. Se puede solicitar a los sujetos:
- La elaboración colectiva de situaciones reales de acuerdo con su experiencia
 - La búsqueda de solución colectiva e individual
 - La valoración de cada solución y su efectividad en los servicios de tiendas
- Estimular en los sujetos el desarrollo de las competencias de aprendizajes sobre la base de aprender a hacer, aprender haciendo y aprender a ser, a través del fomento de situaciones auténticas, donde se apliquen actividades tales como:
- La solución a problemas lingüísticos profesionales nuevos
 - La aplicación de ejercicios retadores que impliquen la búsqueda de soluciones por parte del sujeto
 - La asignación de actividades donde sea necesaria la actuación personal, despojadas de patrones formales

- Resaltar los logros individuales del ciento por ciento de los sujetos a partir de la situación inicial y los resultados alcanzados en las diferentes etapas y fases en función de la formación de la competencia léxica a través de:
 - La demostración del avance lingüístico de los sujetos en la solución de situaciones comunicativas profesionales
 - El análisis individual y colectivo de los retos para continuar
- Atender a la diversidad a partir de: el nivel escolar de los sujetos, las aptitudes en el aprendizaje de idioma inglés, la estimulación para el desarrollo de estrategias de aprendizaje, capacidad de abstracción y generalización partiendo de:
 - La planificación de actividades donde se tenga en cuenta el nivel de complejidad de las situaciones comunicativas y el desarrollo individual de cada sujeto
 - La introducción de actividades para estimular el trabajo cooperado en función de favorecer el aprendizaje en los sujetos con menos progreso
 - La realización de actividades para ayudarlos a descubrir sus estilos de aprendizaje.
- Propiciar en los sujetos el desarrollo de estrategias de aprendizaje de idioma inglés y en particular en el aprendizaje del vocabulario en función del logro de los objetivos en la prestación de los servicios.
 - Realización de actividades para favorecer las mejores vías de aprendizaje de cada individuo a partir de su desarrollo intelectual
 - Realización de debates donde se expresen las experiencias personales en cuanto a vías personales en el aprendizaje de inglés, en particular en la formación de la competencia léxica

➤ Evitar la imposición de métodos o técnicas de enseñanza, sin tener en cuenta las diferencias individuales de los sujetos.

- La utilización de los métodos, dependerá de los propósitos comunicativos diseñados
- Su aplicación deberá responder, en todos los casos, a las necesidades básicas de aprendizaje de los sujetos

En la formación y desarrollo de un dependiente de tiendas del turismo, se deben tener en cuenta otros factores de vital importancia para el logro exitoso de los objetivos. Al respecto, se consideran como componentes indispensables: los objetivos estratégicos, la motivación y la comunicación verbal y no verbal como formas básicas de la comunicación. Sobre esas bases, se hace necesario:

➤ Elaborar actividades para formar en los sujetos hábitos y conductas idiomáticas encaminadas a satisfacer las necesidades de acuerdo con el mercado al que se preste el servicio. Estas estrategias deben responder a funciones comunicativas tales como:

- Brindar satisfacción en los servicios
- Brindar otras bondades de ofertas similares a las que se desean por parte del cliente
- Usar frases de elogio a partir de la apariencia de los usuarios en uso del vestuario
- Comparar precios y cualidades de los productos que se expenden

➤ Preparar a los sujetos en cuanto a hábitos, gustos y preferencias según la cultura de cada país emisor donde se use como primera lengua el inglés, a partir de:

- La oferta de ventas según la procedencia de los segmentos de mercados de los clientes
 - La satisfacción de necesidades a partir de las solicitudes
 - La utilización de frases claves donde se evidencien los conocimientos sobre la cultura del país de origen
- Inculcar en los sujetos el aprendizaje del vocabulario específico para propiciar una venta exitosa en cada departamento, a través del uso de palabras claves donde se favorezca:
- El uso de formas verbales exactas a partir de cada situación comunicativa
 - El uso adecuado de adjetivos para expresar frases de elogio
 - El uso apropiado de los diferentes vocablos para la identificación de los productos que se oferten
- Dotar a los sujetos de los conocimientos necesarios para realizar la gestión de ventas de productos autóctonos mediante:
- El uso de textos relacionados con el proceso de elaboración de productos que se ofertan
 - El análisis de las principales materias primas para su elaboración
 - El análisis del valor histórico y cultural de cada producto producido en el país
- Desarrollar actividades demostrativas donde se pongan de manifiesto las necesidades de aprendizaje en cuanto a los vacíos de información en relación con el desarrollo de la competencia léxica del inglés donde se parta de:

- La presentación de situaciones problemáticas, a partir de la constatación de las dificultades individuales y colectivas para propiciar la reflexión y el análisis de las necesidades
 - La realización de juegos de roles a partir de las vivencias personales del profesor o colaborador donde se hayan detectado dificultades en los servicios
- Despertar el interés por lograr un mayor acercamiento al uso de la comunicación no verbal de los clientes. Esto no implica en ningún caso, dominar el lenguaje de signos de cada cliente de habla inglesa; sino reconocer los sistemas de signos y señales en función de lograr un nivel de comunicación a la altura de las exigencias actuales a través de:
- El análisis de textos vinculados con la comunicación no verbal de los países emisores
 - La investigación práctica a través de la actividad diaria con los clientes
 - La asignación de búsquedas bibliográficas y el posterior análisis colectivo
 - La entrevista a personas que han visitado otros países donde la primera lengua es el idioma inglés
- Favorecer el uso adecuado de los estilos formales y no formales de la lengua inglesa a partir de cada situación comunicativa a través de:
- La introducción de palabras que impliquen cortesía, evitando el uso de variantes vulgares

- El tratamiento y uso de frases relacionadas con la gestión de ventas
- El uso de frases de bienvenida y despedida que despierten el interés del cliente hacia una nueva visita

2.2 Estructuración metodológica de la implementación de la alternativa para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo

La alternativa metodológica parte del análisis del proceso pedagógico profesional de la enseñanza del inglés a dependientes de tiendas del turismo y las posibles vías para contribuir a la solución del problema planteado en la investigación.

El **objetivo** de la alternativa es favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo en función de formar un profesional más integral desde el punto de vista cultural y que responda a las necesidades y exigencias de su entorno laboral en relación con la prestación de servicios internacionales.

El proceso se debe analizar en ambas direcciones: desde la perspectiva del maestro como orientador del proceso y del sujeto como ente activo en el proceso como tal. Para el desarrollo del proceso se deben tener en cuenta varios aspectos de suma importancia con el objetivo de lograr una enseñanza verdaderamente desarrolladora, que contribuya al desempeño profesional de los dependientes de tiendas en sus entornos laborales, donde el sujeto se convierta en un ente activo en la búsqueda constante de nuevos conocimientos y donde se apliquen diversas técnicas para el proceso metacognitivo y

coevaluativo. A tales efectos el autor del trabajo propone la siguiente alternativa.

Se expresan como **requisitos** básicos para la aplicación de la alternativa los siguientes:

1. Asignar la aplicación de la alternativa a los profesores con mayor experiencia en el trabajo directo con la especialidad de tiendas.
2. Tomar como punto de partida, los documentos oficiales establecidos por la Casa Matriz para el encargo social en el turismo.
3. Preparar a profesores y colaboradores encargados del proceso pedagógico profesional sobre la base de los objetivos diseñados en la alternativa.
4. Crear las condiciones idóneas para lograr la efectividad de las propuestas realizadas por el autor en el cuerpo de la alternativa.
5. Elaborar materiales docentes encaminados a propiciar una mayor variedad en el proceso de forma general.
6. Partir de las necesidades reales de los sujetos con el objetivo de lograr una mayor factibilidad y pertinencia de la propuesta.

Como variante posible para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del sector, en la alternativa se distinguen los **rasgos** siguientes:

Participativa en función de lograr el involucramiento del profesor orientador, los colaboradores, la empresa, los dependientes y los participantes en los talleres de reflexión y construcción colectiva, desde la determinación de necesidades de aprendizaje hasta la etapa de perfeccionamiento

Permanente en su extensión como un proceso de mejora continua de la competencia léxica sin que se convierta en un programa para la solución de un problema particular, donde se logra el carácter cíclico a través de la rotación por los departamentos y en cada rotación adaptarse a las nuevas exigencias.

Desarrolladora en función de lograr una mayor gestión por parte de los sujetos en la apropiación de sus conocimientos a partir de sus necesidades profesionales. El proceso pedagógico profesional debe sentar sus bases en la implicación continua de los sujetos en la solución de los problemas vinculadas con el aprendizaje de idiomas de forma más independiente. Durante el proceso se debe tener en cuenta que el sujeto aprende en su actuación como miembro de un grupo y que se desarrolla bajo circunstancias particulares.

Integradora con el objetivo de integrar la instrucción y la educación como componentes esenciales en la formación y capacitación continua en idioma inglés de los trabajadores en ejercicio. Además debe responder a las exigencias del plan de estudio de la especialidad donde se establezcan los nexos correspondientes con el resto de las disciplinas y las asignaturas del profesional.

Diversificada para lograr un proceso personalógico sobre la base de las posibilidades reales de los sujetos, así como dar respuesta a las necesidades individuales reales del actuar diario. Se deben considerar además las características personales de los sujetos y las diferentes esferas de actuación, basadas en los instrumentos aplicados en la etapa inicial.

Creadora para fomentar el espíritu creativo de los sujetos en la solución de problemas, evitando actitudes esquemáticas y propiciando actuaciones empáticas en su labor con los clientes. Para facilitar además su capacidad de

reacción, según el mercado de que se trate. En fin, facilitar un servicio renovador y enfocado hacia la máxima satisfacción del cliente y la solución creativa a las nuevas situaciones que enfrenta en su desempeño

Flexible para facilitar al maestro y al colaborador la toma de decisiones a partir de las necesidades iniciales de aprendizaje y el desarrollo del profesional. Enfocar el proceso sobre la base de las situaciones y necesidades reales del quehacer del dependiente donde se evite la aplicación estricta de cada una de las propuestas de la alternativa. Además, propiciar la intervención de los sujetos en la toma de decisiones encaminadas a lograr una mayor flexibilidad en cuanto a los contenidos que realmente se necesitan.

Sistémica para integrar los diferentes componentes del proceso basados en principios psicopedagógicos tales: como la sistematización y la lógica del proceso didáctico, para permitir a los sujetos la adquisición de los conocimientos lingüísticos y el desarrollo de la competencia léxica en idioma inglés y formar un dependiente de tiendas más competente.

2.2.1 Etapas, fases y pasos de la alternativa metodológica para favorecer la formación de la competencia léxica de los dependientes del turismo

La alternativa metodológica incluye tres etapas y seis fases básicas, las que permiten al docente y al colaborador una orientación hacia la búsqueda de las diferentes regularidades que se presentan en el proceso pedagógico profesional de los dependientes del turismo.

Etapas 1: Preparación para el proceso formativo

La etapa preparatoria consta de tres fases básicas destinadas a constatar las principales limitaciones de los sujetos en relación con su preparación en idioma inglés, así como seleccionar los sujetos con mayor preparación lingüística para

su futura preparación como colaboradores en las diferentes esferas de actuación. En esta etapa se dedica especial atención a la elaboración de los posibles materiales de apoyo a la docencia que pueden surtir efecto en la solución de las limitaciones detectadas.

Objetivos:

- Conocer las principales fortalezas y debilidades que presentan los dependientes de tiendas del sector en su desempeño comunicativo en idioma inglés.
- Seleccionar los colaboradores por departamentos a partir de las fortalezas evidenciadas a través de la aplicación de los diferentes instrumentos propuestos por el autor.
- Elaborar los materiales de apoyo a la docencia, a partir de las necesidades de aprendizaje y sobre la base de cada entorno laboral.

Fase 1: Determinación de necesidades de aprendizaje y diagnóstico inicial

Para aplicar los diferentes instrumentos en esta etapa, se sugiere la utilización de técnicas que propicien un clima favorable de intercambio con los sujetos, a través del uso de variantes empáticas sin forzar el proceso de comunicación, donde se evite el uso de patrones mecanicistas y estereotipados y se logre el intercambio espontáneo para favorecer la obtención de resultados que se ajusten a la realidad.

Pasos

- Observación desde el puesto de trabajo para conocer el dominio de estrategias conversacionales, la creatividad y las aptitudes para el idioma (anexo 10)

- Determinación de las necesidades de aprendizaje de acuerdo con las esferas de actuación
- Aplicación del diagnóstico inicial donde se tengan en cuenta las potencialidades de los sujetos
- Determinación de sus criterios acerca de los vacíos de información en relación con la formación de la competencia léxica
- Aplicación de una encuesta a los trabajadores para determinar sus necesidades reales de aprendizaje y su experiencia práctica como dependientes preparados para laborar en los departamentos diseñados por la empresa (anexo 3).
- Determinación de los aspectos a tener en cuenta para la aplicación del diagnóstico inicial desde su entorno laboral
- Determinación de los elementos para evaluar los criterios evaluativos

Fase 2: Selección y preparación de colaboradores por departamentos

En la actualidad, el centro cuenta con orientaciones precisas acerca del proceso de selección y categorización de **instructores** de las diferentes entidades laborales con el objetivo de laborar de forma conjunta desde el punto de vista lingüístico y metodológico, quienes contribuyen de forma directa en el cumplimiento de los planes y programas de capacitación del territorio. Sin embargo, el autor propone para esta fase otra categoría que la nombra **colaborador o facilitador**.

Pasos

- Selección de dependientes con mayor preparación lingüística

- Análisis en el colectivo departamental de los trabajadores de tiendas que demostraron una mayor preparación lingüística vinculada a cada uno de los departamentos laborales para la selección de los colaboradores
- Realización de un trabajo de profundización lingüística en las diferentes esferas de actuación con los colaboradores seleccionados, así como en su preparación metodológica dirigida básicamente al uso del enfoque comunicativo en la enseñanza de idioma inglés con fines ocupacionales en coordinación con el profesor orientador del centro

Ventajas de los colaboradores por departamentos

- Mayor involucramiento de los sujetos en la solución de sus propios problemas
- Mayor atención a la diversidad
- Mayor vínculo con el entorno laboral
- Mayor motivación en el proceso de aprendizaje
- Mayor asimilación de los conocimientos adquiridos, pues el contacto directo con los objetos reales es más sistemático.
- Mayor actividad cooperativa entre los miembros involucrados en el proceso pedagógico profesional
- Mayor desarrollo de la metacognición y de estrategias de aprendizaje.

En la misma medida en que el sujeto se percate de la ausencia de conocimientos o vacíos de información acerca del campo semántico que estudia, en esa misma forma buscará nuevas vías para lograr estadios superiores en el aprendizaje de idioma inglés y en general en la competencia léxica.

Fase 3: Preparación de materiales de apoyo

En esta fase se propone realizar un estudio minucioso acerca de las necesidades reales de los trabajadores en ejercicio y a partir de las limitaciones lingüísticas, concebir los diferentes materiales de apoyo a la docencia que puedan favorecer un mayor un mayor grado de formación de la competencia léxica en los dependientes. Los mismos deben responder a las diferentes esferas de actuación de los dependientes de forma tal que se cubran todas las necesidades vinculadas a las ofertas que se realizan en los departamentos de tiendas.

Pasos

- Compilación de materiales que tributen a las necesidades de aprendizaje de los dependientes de tiendas del turismo
- Selección y adaptación de los materiales que respondan a las limitaciones demostradas en el diagnóstico
- Concepción de los materiales

Etapas 2: Instrumentación

Esta etapa es de vital importancia en el proceso de formación idiomática de los dependientes de tiendas del turismo, en ella se podrán poner en práctica los diferentes materiales de apoyo a la docencia y se podrá constatar su efectividad en función de las necesidades reales de los dependientes.

Objetivo: Aplicar de forma práctica los materiales de apoyo diseñados según las necesidades de cada esfera de actuación.

Fase 4: Rotación por los diferentes departamentos de venta

El aula como taller donde se informa, orienta y controla el proceso de enseñanza-aprendizaje desempeña, sin dudas, un papel importante en el

proceso de forma integral; sin embargo, en ocasiones se obvian las posibilidades reales que brinda el entorno laboral en función de establecer los nexos y relaciones entre la teoría y la práctica cotidianas.

Si los sujetos pueden socializar lo aprendido y a su vez entrar en contacto directo con los objetos de la realidad, se favorecerá el desarrollo de una enseñanza desarrolladora. Estas vías ayudan a fomentar en los sujetos habilidades tales como: relacionar, comparar, interpretar, sistematizar y valorar.

El aprendizaje del vocabulario a través del uso del entorno, les permite conocer sus conocimientos y a su vez les enseña a descubrir lo que no conocen.

La necesidad es una herramienta fundamental, pues al conocer sus vacíos de información, redoblarán sus esfuerzos en la búsqueda de técnicas y estrategias de autoaprendizaje en función de encontrar lo nuevo.

Con el objetivo de lograr una preparación más acabada de los dependientes de tiendas del sector, el autor propone, en coordinación directa con la dirección de la empresa y sobre la base de la dificultad lingüística de cada departamento objeto de estudio, llevar a cabo un proceso de rotación de los trabajadores involucrados en el proceso, de forma tal que se logre que el ciento de los trabajadores que evidenciaron dificultades lingüísticas en la etapa inicial, tengan la posibilidad de favorecer la formación de la competencia léxica en función de las diferentes esferas de actuación.

El tiempo de duración de la actividad en cada departamento dependerá de la complejidad de los campos semánticos de que se trate, así como del nivel de apropiación de los conocimientos por parte de los sujetos. En ningún caso se deben establecer etapas de terminación, pues el objetivo principal es lograr que

los sujetos inmersos en el proceso pedagógico profesional alcancen los resultados propuestos.

Pasos

- Coordinación con las entidades para el inicio del trabajo docente por departamentos
- Determinación de los departamentos por los que deben rotar los dependientes de tiendas en dependencia de los resultados individuales del diagnóstico
- Creación de las condiciones materiales en cada área
- Inicio del experimento en los departamentos con las condiciones reales para su aplicación
- Realización de cortes parciales, una vez concluido el trabajo en cada área o departamento laboral y donde se valoren la efectividad de los métodos utilizados, así se constate la validez de los materiales elaborados a tales efectos.
- Realización de una nueva rotación
- Trabajo de seguimiento por parte del profesor orientador

Los colaboradores seleccionados por departamentos deben mantenerse en un mismo departamento con el objetivo de lograr una mayor organización del proceso, así como favorecer una mayor profundización en sus conocimientos lingüísticos vinculados con el campo semántico que trabaja.

Esta fase responde de forma directa a la atención a la diversidad como uno de los preceptos más importantes de la educación en la Enseñanza Técnica y Profesional (ETP). La propuesta de cada uno de los materiales diseñados para favorecer la formación de la competencia léxica de los profesionales, responde

a las necesidades evidenciadas por cada uno de los sujetos durante las diferentes fases aplicadas en la etapa inicial. Esta actividad está concebida de forma conjunta con la dirección de la empresa y tendrá un seguimiento permanente por parte del profesor orientador de idioma inglés de la escuela de Hotelería y Turismo.

Etapas 3: Constatación y seguimiento

A través de la constatación, se inicia el trabajo vinculado a la determinación de la validez de la propuesta realizada a partir de los resultados derivados de su aplicación y se materializa el valor de cada uno de los procedimientos y sugerencias realizadas para la formación de la competencia léxica de los dependientes de tiendas del turismo a través de la rotación por departamentos y el trabajo desarrollado por los colaboradores bajo la guía del profesor orientador.

Objetivo: Constatar la factibilidad de la variante propuesta para favorecer la formación de la competencia léxica de los dependientes de tiendas del turismo.

Fase 5: Evaluación de la competencia léxica en función del desempeño

Esta fase permitirá, de forma científica, constatar la factibilidad de la propuesta realizada para favorecer la formación de la competencia léxica de los dependientes de tiendas, además de lograr una mejor preparación lingüística de los mismos sobre la base de situaciones reales en su entorno laboral.

El autor propone como variante oficial, la realización del examen desde cada entorno laboral, donde se evite la creación de tribunales formales ubicados en una oficina, desde donde se generan situaciones problemáticas alejadas de la realidad diaria. Esta variante coadyuvará a la formación de hábitos y habilidades adaptadas a las diferentes técnicas de ventas vinculadas de forma

directa al quehacer cotidiano y de forma tal que contribuya a fomentar en el educando una mayor confianza y sentido de pertenencia a la entidad.

Esta propuesta propicia un mayor seguimiento a los egresados y una mayor integración interdisciplinaria.

Pasos

- Selección de profesores del departamento con preparación mayor para la especialidad
- Selección de un profesor de la especialidad con buena preparación lingüística en el idioma inglés
- Determinación de los aspectos a tener en cuenta para la evaluación del desempeño lingüístico de los sujetos (anexo 12)
- Aplicación de la evaluación desde el puesto de trabajo

Fase 6: Corrección de desviaciones

Si se parte del criterio de que ninguna obra humana es perfecta y del carácter flexible de la propuesta del autor, es lógico que se presenten situaciones diversas durante la puesta en marcha de todas las etapas, fases y pasos propuestas. A partir de las irregularidades detectadas en la aplicación de la propuesta de la alternativa, se perfeccionan las etapas, fases y pasos que respondan a las necesidades de los dependientes. Para realizar esta última fase, será imprescindible contar con el criterio de los sujetos del proceso como entes activos en la satisfacción de sus propias necesidades.

Pasos

- Tabulación de las principales regularidades derivadas de la fase de evaluación del desempeño

- Precisión en la validez de los materiales de apoyo utilizados durante la fase de aplicación
- Delimitación de las principales limitaciones en la aplicación de la alternativa
- Propuesta de modificación a la alternativa sobre la base de los resultados esperados.

A continuación se muestra la interrelación de las etapas y fases de la alternativa.

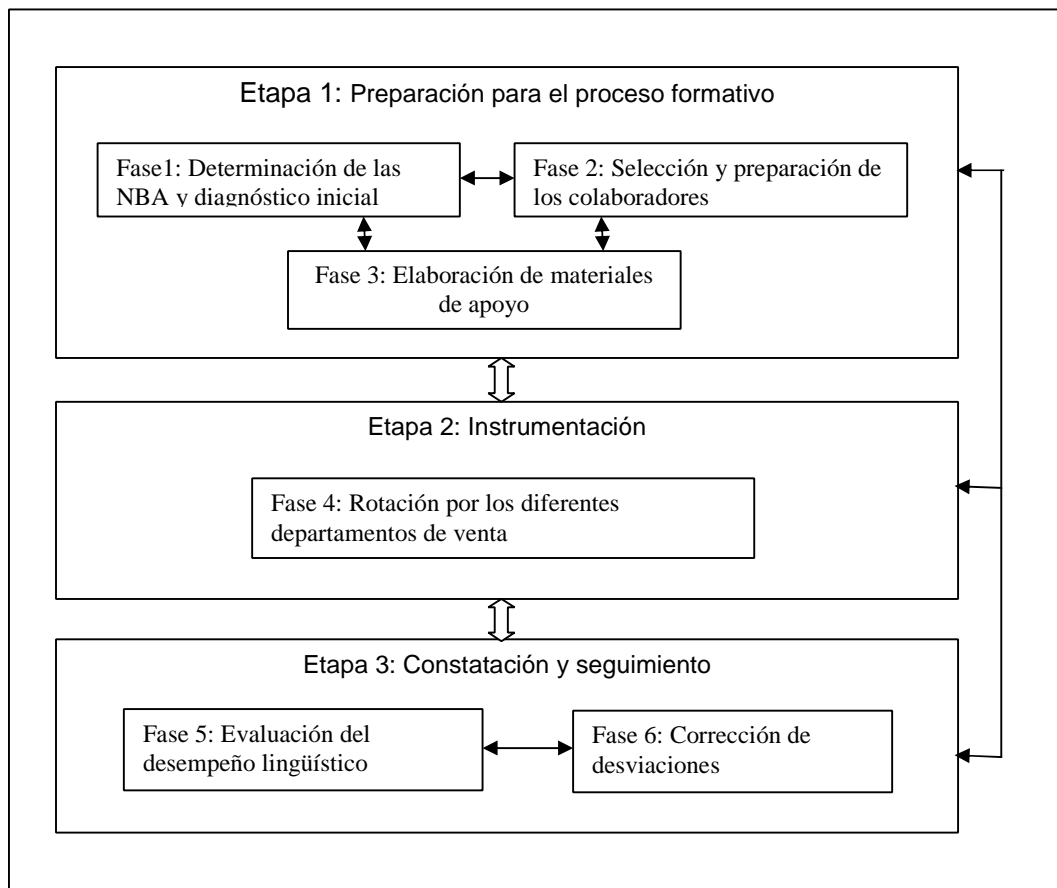


Fig.1. Interrelación de las etapas y fases de la alternativa en la formación de la competencia léxica de los dependientes del turismo.

2.3 Búsqueda de la pertinencia y factibilidad de la alternativa a través de talleres de reflexión crítica y construcción colectiva y la aplicación parcial

En la búsqueda de la pertinencia de la alternativa metodológica se emplearon como vías fundamentales los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva **y la aplicación parcial**

Las que de manera sustancial contribuyeron al perfeccionamiento de la propuesta. A continuación se explicitan los criterios emitidos por los expertos en los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva; así como los resultados que se obtuvieron en la aplicación parcial de la alternativa.

2.3.1 Resultados derivados de los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva

Para la realización de cada uno de los talleres, se tomaron en cuenta las siguientes exigencias investigativas

- Elaboración de la ponencia por parte del maestrante y entrega al coordinador de la maestría
- Entrega de un resumen de los fundamentos del Capítulo I de la investigación, de las consideraciones generales y la metodología propuesta a cada uno de los invitados a participar en los talleres para su estudio
- Presentación y explicación de cada una de las propuestas ante el tribunal y los demás maestrantes siguiendo las exigencias establecidas en cuanto a tiempo, estructura de presentación y después de la presentación del maestrante, el debate sobre las propuestas realizadas
- Recogida del 100% de los criterios de los participantes en el taller

- Procesamiento de la información obtenida en el taller y estudio de las propuestas
- Lectura final de los criterios emitidos por los participantes en los diferentes talleres
- Procesamiento de las propuestas de modificaciones y presentación de las mismas en los nuevos talleres realizados

Durante el transcurso del año 2008 se han desarrollado 4 Talleres de Reflexión Crítica y Construcción Colectiva con el objetivo de perfeccionar la propuesta, sobre la base de las valoraciones y las sugerencias de los participantes en los mismos, acerca de la factibilidad de las concepciones teóricas asumidas para la elaboración de la Alternativa Metodológica; así como de las consideraciones generales para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en dependientes de tiendas del turismo.

La realización de los talleres ha tenido un carácter sistemático, donde ha predominado la profundidad y la reflexión de todos los participantes en la búsqueda de mejores resultados en el quehacer idiomático en el turismo. El primer taller se desarrolló con la participación de 10 profesores de idiomas de la EHT “Nuevos Horizontes”, 2 Doctores en Ciencias y un Máster en Ciencias. Un segundo, donde estuvieron presentes 6 profesores de idiomas de la EHT “Nuevos Horizontes”, 3 Másteres en Ciencias y un Doctor en Ciencias. Al tercer taller asistieron 10 profesores de idiomas de la EHT “Nuevos Horizontes”, 3 Doctores en Ciencias y 2 Másteres en Ciencias. El cuarto taller presidido por dos doctores del Instituto Superior Pedagógico José de la Luz y Caballero, 2 Másteres de la EHT y 5 participantes en la Maestría en Ciencias de la Educación.

A partir de la realización de los diferentes talleres, se realizaron las siguientes observaciones y recomendaciones por los participantes en los debates:

- Valorar la posibilidad de declarar el objeto de investigación como el desarrollo de la competencia comunicativa de idioma inglés con fines específicos
- Reducir el campo de acción al desarrollo de la competencia léxica de los dependientes de tiendas del turismo y eliminar el proceso de comunicación no verbal, aunque se trate de forma implícita en la fundamentación
- Profundizar en los elementos relacionados con la competencia léxica, por ser este un aspecto relativamente nuevo en el tratamiento de la competencia comunicativa y sus sub-competencias.
- Integrar las fases 1 y 2 en una sola y declarar la primera etapa como la etapa preparatoria.
- Incluir una nueva fase en la etapa 1 relacionada con la preparación de los materiales que respondan a la alternativa que se propone.
- Buscar nombres representativos para las etapas.
- Realizar adecuaciones a la representación gráfica de la Metodología.
- Reelaborar el nombre de la fase 4.
- Valorar la denominación de las funciones propuestas como rasgos de la alternativa.
- Reconsiderar algunos de los rasgos propuestos.

2.3.2 Constatación de la factibilidad de la alternativa a través de la aplicación parcial a dependientes de tiendas de la Cadena Caracol de Guardalavaca

Con el objetivo de valorar la factibilidad de la alternativa desde el punto de vista práctico, el autor decidió tomar una muestra de 18 dependientes de tiendas de la Cadena Caracol ubicadas en la Playa Guardalavaca. La selección responde a la posibilidad que brinda el área en relación con el contacto directo con clientes de habla inglesa. El experimento se aplica desde el mes de febrero hasta el presente.

Etapa 1: Preparación para el proceso formativo

La fase uno responde a los resultados derivados del diagnóstico inicial que fue aplicado a los trabajadores que requieren el idioma de la Cadena Caracol con el objetivo de conocer las principales limitaciones en cuanto al dominio de la competencia comunicativa en idioma inglés, con atención particular al dominio de la competencia léxica en idioma inglés (anexo 2). En el diagnóstico aplicado se valoró el dominio de estrategias conversacionales, aspectos relacionados con la comunicación no verbal de los clientes de habla inglesa, su creatividad en la búsqueda de soluciones a las nuevas situaciones y las aptitudes para el aprendizaje del idioma. Los resultados derivados de su aplicación aparecen resumidos en el epígrafe 3.1 del capítulo I.

Se determinaron los siguientes aspectos a tener en cuenta para la aplicación del diagnóstico inicial desde su entorno laboral.

- Dominio del vocabulario especializado del departamento en cuestión
- Dominio de estrategias conversacionales tales como el elogio, las alabanzas
- Reconocimiento de aspectos sociolingüísticos de los clientes de habla inglesa (comunicación no verbal)
- Creatividad en la búsqueda de soluciones

- Aptitudes para el aprendizaje del idioma

Se utilizaron los siguientes elementos a considerar para evaluar cada criterio

En cuanto al **dominio especializado**, el análisis se realizará sobre la base de los objetivos diseñados en el profesiograma definido para la especialidad y a partir de la realidad actual de cada uno de los entornos laborales existentes en la actualidad. El sujeto debe demostrar sus conocimientos en cuanto al vocabulario especializado en cada uno de los campos semánticos vinculados a la actividad de tiendas.

En relación con el uso de **estrategias conversacionales**, el trabajador debe demostrar expresividad, fluidez, y uso de frases y palabras que respondan a las necesidades de un proceso de venta según las características de la empresa y el territorio en particular.

Con respecto al dominio de elementos **sociolingüísticos**, se tendrán en cuenta aspectos relacionados con el dominio de las diferentes variantes léxicas de los angloparlantes, donde se evidencie un nivel de comunicación adecuado, además del reconocimiento de elementos vinculados con la comunicación no verbal. El conocimiento de gustos y preferencias de los diferentes clientes sobre la base de los diferentes mercados emisores

El **nivel de creatividad** se constatará en la solución de conflictos a través de la aplicación de situaciones problemáticas donde el trabajador demuestre sus habilidades lingüísticas para lograr una comunicación efectiva con el cliente, donde se logre un nivel de satisfacción adecuado. En los casos donde no se evidencia la satisfacción por parte del cliente, debe demostrar el dominio de otras frases o vocablos similares para resolver las situaciones problemáticas asignadas.

Las **aptitudes** para el idioma se medirán a través del desarrollo integral del ejercicio durante el cual el trabajador demostrará sus habilidades, destrezas y convicciones para lograr una venta exitosa, donde se promueva la comercialización de nuevos productos y la posibilidad real de propiciar las condiciones para una próxima visita por parte del cliente.

Se recomienda, además, partir de los análisis del colectivo en la toma de decisiones acerca de las necesidades reales de aprendizaje de los sujetos en su desempeño en el entorno laboral.

Los resultados derivados de la aplicación del diagnóstico de las NBA, permitió seleccionar los trabajadores que demostraran mejor dominio del idioma inglés. Del total general sometido al experimento, fueron escogidos 6 con vista a su posible preparación como colaboradores docentes por cada uno de los departamentos de tiendas de los trabajadores previamente seleccionados. El colectivo que laboró durante el diagnóstico, decidió someter los compañeros seleccionados a un proceso de profundización lingüística y metodológica con el fin de lograr una mayor preparación en la realización del experimento. En el mes de enero, se realizaron 6 talleres y a partir de los resultados evidenciados por cada uno de los trabajadores seleccionados, se decidió escoger los tres colaboradores con mayor preparación.

La determinación de las necesidades de aprendizaje y las limitaciones reflejadas en el diagnóstico inicial practicado evidenció además la carencia de materiales de apoyo que facilitaran el proceso de formación de la competencia léxica. Se procedió a la compilación de materiales que tributen a las necesidades de aprendizaje de los dependientes de tiendas del turismo, su selección y adecuación de acuerdo con las limitaciones detectadas en el

diagnóstico; así como a la elaboración de otros materiales imprescindibles para incrementar el nivel cultural de los trabajadores en cuanto a costumbres, preferencias, hábitos, modas y otros factores vinculados a los clientes de habla inglesa.

Uno de los materiales docentes que fue de necesaria consulta para los colaboradores y los sujetos de investigación lo constituye el Diccionario Ilustrado para el turismo.

El Diccionario Ilustrado para el turismo explicita en su introducción en los idiomas inglés y español cómo utilizarlo. De igual manera se explica la relación fonema-grafema del sistema fonológico del idioma inglés, con ejemplos propios del vocabulario especializado, con los símbolos internacionalmente conocidos.

En el diccionario se incluyen todos los departamentos vinculados a la especialidad, así como los diferentes productos que se expenden en cada uno de ellos. Las ilustraciones que se ofrecen contienen además de los diferentes artículos que se venden en una tienda, la pronunciación de cada uno. Esta organización ha facilitado la aprensión de los diferentes vocablos por parte de los dependientes de tiendas, el desarrollo del léxico especializado y un mejor intercambio comunicativo con los clientes que hablan el idioma inglés, así como los procesos de venta y promoción.

El Programa de inglés para Técnicas Comerciales facilitó el trabajo con las funciones comunicativas según las áreas de actuación de los dependientes. La realización de los cortes parciales una vez concluido el trabajo en cada área o departamento laboral permitió valorar la efectividad de la alternativa y de los materiales elaborados a tales efectos.

Para el trabajo con el diccionario y su aplicación en el experimento, se procedió a la realización de un nuevo taller metodológico con los tres colaboradores previamente seleccionados.

Etapa 2: Instrumentación

De acuerdo con los resultados del diagnóstico y la preparación lograda con los colaboradores se realizaron las coordinaciones con las entidades para el inicio del experimento y se determinaron los departamentos de **bebidas, cigarros y tabacos, belleza y vestuario**, se priorizaron las tiendas incluidas en el experimento y se aprovisionaron, creando las condiciones materiales para el inicio del estudio. El proceso de rotación solo se pudo llevar a cabo entre los departamentos de bebidas, cigarros, tabaco y el de belleza. La realización de los cortes parciales permitió profundizar el trabajo con los colaboradores y perfeccionar la alternativa, así como constatar la validez de los materiales elaborados. No fue posible realizar el proceso de rotación en el departamento de vestuario por la complejidad de esta área y la carencia de algunos artículos. El trabajo de seguimiento por parte del profesor orientador continúa en aras de detectar nuevos problemas.

Etapa 3: Constatación y seguimiento

Para llevar a cabo la evaluación del desempeño lingüístico se aplicó la evaluación desde el puesto de trabajo, para lo que se seleccionaron los docentes más preparados en la especialidad en la comprobación de los resultados a través de la observación discreta con el propósito de lograr un proceso más espontáneo por parte de los sujetos y se invitó un profesor de la especialidad con buena preparación lingüística en el idioma inglés. Los aspectos que se tuvieron en cuenta para la evaluación del desempeño

lingüístico de los sujetos (anexo 12), fueron fundamentalmente el desempeño idiomático en el proceso de ventas y la aplicación de los conocimientos adquiridos a las nuevas situaciones que se exponen en su puesto de trabajo, del cual se derivaron los resultados siguientes: (anexo 13). Al finalizar la experimentación, se aplicó una encuesta de salida a los participantes (anexo 14) y sus resultados fueron (anexo 15).

En proceso simultáneo a la evaluación del desempeño lingüístico se compilan las principales regularidades y se precisan como principales limitaciones en la aplicación de la alternativa la carencia de materiales de apoyo que tributen a un mayor conocimiento de aspectos socioculturales y a elevar el nivel de creatividad en la solución de las dificultades en las ventas. Lo que constituye un aspecto significativo a valorar como parte del perfeccionamiento del trabajo.

CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

La estructura de la alternativa metodológica en etapas, fases y pasos permite desarrollar un proceso de formación idiomática en las dependientes de tiendas del turismo que fomenta el aprendizaje del vocabulario especializado por esferas de actuación, detectar las limitaciones lingüísticas de forma sistemática, planificar la rotación por departamentos que garantiza la formación de una competencia léxica que responde a las necesidades reales de aprendizaje y al desarrollo de la competencia comunicativa.

Las consideraciones generales emitidas han favorecido el aprendizaje del idioma extranjero y la modalidad de la enseñanza desde el puesto de trabajo, se sustenta en la preparación alcanzada por los colaboradores, que ha permitido elevar el desempeño profesional de los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol y su preparación para la rotación por los diferentes departamentos de venta.

Las recomendaciones emitidas en los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva permitieron perfeccionar las concepciones teóricas que sustentan la estructura de la alternativa metodológica, sus etapas, fases y pasos. De igual

manera el intercambio con los colaboradores y los sujetos de investigación durante la aplicación parcial realizada en las tiendas de la Cadena Caracol de Guardalavaca, facilitaron adecuaciones pertinentes que favorecieron el proceso formativo y la formación de la competencia léxica.

CONCLUSIONES GENERALES

El estudio realizado basado en las principales posiciones y tendencias de la didáctica, la lingüística y la metodología de la enseñanza del inglés que se resumen en el marco teórico-referencial de esta investigación, permitió consultar una gran variedad de literatura relacionada con las concepciones teóricas que abordan el proceso de enseñanza del inglés para fines ocupacionales. Esta teoría sentó las bases para la elaboración de las consideraciones generales, sin embargo, no ofrece una propuesta metodológica que refleje las peculiaridades y requerimientos de la formación idiomática basada en la dinámica del proceso de ventas, de acuerdo con las diferentes esferas de actuación de los dependientes de tiendas del turismo.

Los resultados obtenidos en el proceso de determinación de las necesidades de aprendizaje y el diagnóstico inicial practicado en los dependientes de tiendas del turismo, evidenciaron limitaciones en el dominio de la competencia léxica, relacionadas con un restringido dominio del vocabulario especializado; así como un bajo desarrollo de conocimientos culturales acerca de las tradiciones y costumbres de los clientes que hablan el idioma inglés. Esto limita el proceso de comunicación en las diferentes esferas de actuación donde se desempeñan en el ejercicio de su profesión.

La estructura de la alternativa metodológica en etapas, fases y pasos permite desarrollar un proceso de formación idiomática en las dependientes de tiendas del turismo que fomenta el aprendizaje del vocabulario especializado por esferas de actuación, detectar las limitaciones lingüísticas de forma sistemática, planificar la rotación por departamentos que garantiza la

formación de una competencia léxica que responde a las necesidades reales de aprendizaje y al desarrollo de la competencia comunicativa.

La utilización del entorno laboral como taller didáctico para la construcción de los conocimientos de los dependientes de tiendas del turismo favorece una mayor motivación y dedicación hacia la búsqueda de sus propias necesidades, además propicia una mayor participación de los sujetos en la solución colectiva de sus vacíos de información acerca del idioma inglés.

El trabajo realizado en el proceso de preparación de los colaboradores ha favorecido la formación de la competencia léxica y la modalidad de la enseñanza desde el puesto de trabajo, que ha permitido elevar el desempeño profesional de los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol y su preparación para la rotación por los diferentes departamentos de venta.

Los resultados acerca de la pertinencia y factibilidad del tema obtenidos en los talleres de reflexión crítica y construcción colectiva y la aplicación parcial de la alternativa en las tiendas de la Cadena Caracol en Guardalavaca, introducen una nueva vía para la enseñanza del inglés con fines ocupacionales, que ha demostrado su superioridad respecto a los enfoques tradicionalmente utilizados. Estos criterios han sido corroborados por los participantes en el experimento.

RECOMENDACIONES

- Iniciar el trabajo de generalización de la alternativa en Tiendas Gaviota con el objetivo de priorizar los dependientes con mayor vínculo con clientes extranjeros.
- Continuar profundizando en el campo de acción de la investigación encaminando los esfuerzos a la elaboración y búsqueda de materiales de apoyo vinculados al desarrollo cultural de los profesionales.
- Incluir en el proyecto de investigación del departamento de idiomas trabajos encaminados a profundizar en hábitos, gustos, costumbres y preferencias de los clientes de habla inglesa.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alarcón, Gloria (1987). La enseñanza del vocabulario. Documentos lingüísticos y literarios 13; 7-14
2. Alonso Betancourt, Luis (2007). La formación de competencias laborales en los estudiantes de bachiller técnico en Mecánica Industrial. Tesis doctoral. Holguín
3. Alonso, Catalina et al (1994). Tecnología de información y de la comunicación. UNED
4. Alvar Ezquerra, M (2003). La enseñanza del léxico y el uso del diccionario, Madrid, Arco, Libros
5. Álvarez de Zayas, Carlos (1995). Metodología de la Investigación Científica. Centros de Estudios de Educación Superior. "Manuel F. Gran. Santiago de Cuba
6. Álvarez de Zayas, Carlos (1999). La escuela en la vida. Ed. Pueblo y Educación. Ciudad de Habana
7. Álvarez Ezquerra, M. (2003). La enseñanza del léxico y el uso del diccionario, Madrid, Arco/Libros
8. Amores, Andrés (1995). Leer humaniza. En Revista Vela Mayor No. 6. Madrid. Pp.27-32
9. Antich, R. y cols (1988). Metodología de la Enseñanza de Lenguas Extranjeras. Editorial Pueblo y Educación, La Habana.

10. Arce, María del Carmen y Juni, José (2002). El léxico en la construcción del conocimiento, en Tercera Jornada de ciencia y Tecnología de la facultad de Humanidades UNCA, Universidad Nacional de Catamarca
11. Ausubel, David, Joseph D. Novak y Helen Hanesian (1995). Psicología Educativa. Un punto de vista cognoscitivo, Trillas, México
http://bvs.sld.cu/revistas/est/vol42_1_05/est09105.htm
12. Ayala Ruiz, María Elena (2006). Principios para la enseñanza de la comprensión lectora en el área de Humanidades. En Revista Luz. Holguín
13. Bachman, Lyle (1990). "Habilidad lingüística comunicativa", en M.Llobera (ed) (1995), La competencia comunicativa, Madrid, Edelsa, págs. 105-127
14. Balaguer, José Ramón (2005). El socialismo hacia el siglo XIX. Una opción viable
15. Baralo, Marta: Adquisición de palabras. Redes semánticas y léxicas. Universidad Antonio. http://www.cervantes-muenchen.de/es/05_lehrerfortb/Actas06-07/3MBaralo
16. Bell Rodríguez, R y López Machín, R (2002). Convocados por la diversidad. Editorial Pueblo y Educación
17. Bermúdez Morris, Raquel y Ed (2002). Dinámica de grupo en la educación. Su facilitación. Editorial Pueblo y Educación
18. Bermúdez Morris, R y Pérez Martín, L (2004). Aprendizaje formativo y crecimiento personal. . Editorial Pueblo y Educación
19. Bermúdez, Rogelio y Marisela Rodríguez (1996). teoría y metodología del aprendizaje. Ed. Pueblo y Educación. Ciudad de la Habana
20. Black, Sam (1994). Comunicarse con públicos y audiencias especializadas. ABC de la Relaciones Públicas. Barcelona, p 53-70

21. Braidot, Nestor P (1997). Desarrollo comunicacional del vendedor: métodos de venta relacional. Las ventas del marketing total. Editorial Macchi, Buenos Aires, p 201-249.
22. Brown, Gillian y Yule George (1977). Teaching the Spoken Language. Editorial Revolucionaria
23. Brown, H. Douglas (2000). Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy. San Francisco State University
24. Bybee, J. (1985). Morphology. A study of the relation between meaning and form, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company
25. Byrne, Donn (1989). Teaching Oral English. Edición Revolucionaria. La Habana. Cuba
26. Canale, Michael (1983). "De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje", en M.Llobera (ed) (1995), La competencia comunicativa, Madrid, Edelsa, págs. 63-81.
27. Carrido, Nuria (1994). Hacia la contextualización: La enseñanza de estrategias de comprensión de las ideas principales en el aula. Revista CLE No. 28 de 1995. Pp. 123-134
28. Carter, R y Mc Carthy, M. (eds) (1997). Second Language Vocabulary Acquisition, Cambridge, Cambridge University Press
29. Castillo Mercado, Antonio (2008). La competencia comunicativa como alternativa de atención a la diversidad. <http://proyecto-cas.iespana.es/document/pecm.htm>
30. Cervero, M.J. y F, Pichardo (2000). Aprender y enseñar vocabulario, Madrid, Edelsa

31. Collell, María Rosa (1999). Guía de la etiqueta social y Empresarial. Barcelona, Gestión 2000
32. Colectivo de autores (2002). Compendio de Pedagogía, Editorial Pueblo y Educación
33. Colectivo de autores (1982). A Course in English Lexicology. Editorial pueblo y Educación. La Habana
34. Colectivo de autores (2002). Las competencias del profesional de la educación, ISPEJV, CEE, En soporte magnético 15
35. Colectivo de autores (2001). Seminario I al personal docente. Curso 2000-2001
36. Cruz, Manuel (1995). Humanismo y comunicación: En Revista Vela Mayor. Pp. 81-89. España
37. Cubo de Severo, L ed (2000). Leo, pero no comprendo. Editorial de la Facultad de Filosofía y letras, Mendoza
38. Cuesta Santos, Armando (2001). Gestión en competencias. Editorial Academia. La Habana
39. De Zayas Álvarez, Carlos (1999). La escuela en la vida. Ciudad de la Habana, Editorial Felix Varela
40. Díaz Perea, María del Rosario y Caballero Hernández, María Ángeles (2006). El desarrollo de la competencia comunicativa en la alfabetización inicial. Departamento de Métodos de Investigación Educativa de la Facultad de Educación de la UCM
41. Faedo Borges, A (2003). Enseñanza-aprendizaje de la comunicación oral en lenguas añadidas/ Amable Faedo Borges. Curso 64. Evento Internacional Pedagogía 2003. IPLAC-UNESCO. Ciudad de La Habana

42. Fe, Iliana M et al (2007). Atención a la diversidad y caracterización psicopedagógica: binomios para un aprendizaje formativo, Centro de Estudios de Ciencias de la Educación Superior "Enrique José Varona". Universidad de Camaguey, Cuba. p 23-22
43. Fernández González, Ana M (2003). De las capacidades a las competencias. Una reflexión teórica desde la Psicología. En Revista Científico-metodológica ISP "Enrique José Varona". Enero-Diciembre pp. 23-27
44. Figueroa, Max (1987). La lingüística Europea anterior al Siglo XIX. Editorial de ciencias Sociales, La Habana
45. Finocchiaro, Mary y Brumfit, Christopher (1977). The functional-Notional Approach. Edición Revolucionaria
46. Fonseca Arranz, Yaquelín y Vega Veranes, Frey (2007). Internalización y competencia léxica. Implicaciones socioculturales. Universidad de Oriente
47. Fonseca, Yaquelín (2000). El conocimiento léxico y su trascendencia sociocultural en actas del X Simposio Internacional de Comunicación Social, Centro de lingüística Aplicada, Santiago de Cuba, 22-26 de enero de 2007, p 424-427
48. Formatur (2007). Resolución No.187 del 2007 sobre el desempeño idiomático y los descriptores para los calificadores de cargo en el sector del turismo, La Habana
49. Franklin, Sentis (2008). La composicionalidad en el estudio léxico. Pontificia Universidad Católica de Chile.
<http://www.monografias.com/trabajos43/lectura-y-lexico/lectura-y-lexico2.shtml>

50. Friman Martínez, Pedro (2007). Informe del diagnóstico aplicado a los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol en Holguín para determinar el comportamiento de la competencia léxica (2007). EHT "Nuevos Horizontes". Formatur
51. Hutchinson, T y Waters, A. (1987). English for specific purposes. Cambridge. Cambridge University
52. Hymes, Dell H. (1971). On Communicative Competence, Filadelfia, University of Pennsylvania Press
53. García del Toro, A. (1995). Comunicación y expresión oral y escrita: la dramatización como recurso, Barcelona, Graó
54. Gianmatteo, M,H. Albano y M. Basualdo (2001). Competencia léxica y aprendizaje. Interrelación de resultados de investigación realizados en los niveles intermedio y superior en Filosofía, Vol. XXXIII, 1-2, Universidad de Buenos Aires
55. Giammatteo M., H. Albano, A. Trombetta y A. Ghio (2001). "una propuesta de estrategias múltiples para el aprendizaje léxico", Revista Español Actual, 76, pp.61-69
56. Giammatteo M, H, ed (2001). Una propuesta de estrategias múltiples para el aprendizaje del léxico. Revista español actual
57. Gili y Gaya, Samuel (1975). Curso superior de sintaxis Española. Editorial Pueblo y Educación
58. González, Ghanddra M. (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa. La Habana . Editorial Pablo de la Torriente
59. González, Rey, F (1995). Comunicación, personalidad y desarrollo. Educación Pueblo y educación. La Habana

60. González M, Viviana (2002). Qué significa ser un profesional competente? En Revista de Educación Superior. Vol. XXII. No. 1. p.49
61. Gutiérrez Barea, Carlos (1998). Una alternativa en el aprendizaje de las Proyecciones. Tesis en la opción al título de Master, 1998
62. Hatch, E. and C. Brown (1995). Vocabulary, Semantics and Language Education. Cambridge: *CUP*
63. Hernández Hernández, Pedro (1991). Psicología de la Educación. Editorial Trillas, S.A. de C.V. México
64. Hernández Sampier, Roberto (2003). Metodología de la investigación I. Editorial Felix Varela. La Habana
65. Jiménez Catalán, Rosa María (2002). El concepto de competencia léxica en los estudios en la enseñanza y aprendizaje de segundas lenguas. Atlantis. Vol. XXIV, No 2, 62-149
66. Gallego, Jesús Felipe (1996). Hostelería y Marketing. Dirección estratégica en los hoteles del XXI, Madrid, p 29-37
67. González Arencibia, Mario (2008). Integración en el proceso docente-educativo. <http://www.eumed.net/libros/2006c/217/index.htm>
68. González Ghandra, M (1990). Imagen, diseño y comunicación corporativa. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana
69. González Ramírez, José Francisco (2008). El lenguaje corporal: Claves de la comunicación no verbal. EDIMAT LIBROS, SA, Madrid
70. González, V (2002). Qué significa ser un profesional competente. Revista Educación Superior, Vol 7
71. Iñigo, E (2000). La formación de profesionales. Una perspectiva desde el mundo del trabajo. Tesis de Doctorado

72. Jackson, H. (1988). Words and their meaning. Londres: Longman. McCarthy, M. 1990: Vocabulary. Oxford: OUP
73. Lang, M. (1997). Formación de palabras, Madrid, Cátedra
74. Leech, Geoffrey y Svartvik, Jan (1977). A Communicative Grammar of English. Editorial Revolucionaria
75. Lescano, Marta (2001-2002). Desarrollo de la competencia léxica en el tercer ciclo de la EGB, Filología XXXIII
76. Lescano, Marta (2008). Propuesta de actividades relacionadas con el léxico desde un enfoque psico-socio lingüístico discursivo.
<http://helpinternet.hypermart.net/littera.htm>
77. Lewis, M (1993). The Lexical Approach, London, Language Teaching Publications.<http://www.mepsyd.es/redele/Biblioteca2006/Founts/intro>
78. Mc Carthy, Michael and O'Dell, Felicity (1996). English Vocabulary in use. Cambridge University Press. United Kingdom
79. Martínez, Héctor (1998). La empresa publicitaria: Organización y administración. Ediciones Macchi, Córdoba
80. Martínez, María Cristina (1999). La construcción discursiva de la realidad: una perspectiva dialógica e interactiva de la significación. Ediciones universitarias de Valparaíso, Chile
81. Martínez, Mercè (2008). Habilidades comunicativas- Competencia comunicativa. Universidad de Barcelona.
<http://www.gestiopolis.com/canales5/rrhh/hfainstein/h32.htm>
82. M.A. Danilov y M.N. Skatkin (1978). Didáctica de la escuela media. Editorial de libros para la educación

83. Mc Donough, Steven H(1977). Psychology in Language Teaching. Editorial Revolucionaria
84. Medina Betancourt, Alberto (2004). Modelo de competencia metodológica del profesor de Inglés. Tesis en opción al grado de Doctor en Ciencias Pedagógicas. Holguín
- 85.** Medina Betancourt, A. (2006). Didáctica de los idiomas: ¿Cómo enseñar el castellano y las lenguas extranjeras en cualquier nivel de educación?, Ediciones CEDEDID, Colombia
86. Mertens, Leonard (2000). La gestión por competencia laboral en la empresa y la formación profesional. OEI
87. Mertens, Leonard (2001). Competencia Laboral: Sistemas, surgimiento y modelos. Montevideo
88. Montenegro Aldana, Ignacio (2003). Aprendizaje de las competencias. Bogotá. Editorial Magisterio
89. Moreno Ramos, J. (2002). Propuestas para la enseñanza del vocabulario en le aula, Textos, 31
90. Pastora, J.F. (1990). El vocabulario como agente de aprendizaje, Madrid, La Muralla
91. Perelló Cabrera, Jose Luis (2003). Manual de Comunicación interpersonal. Ciudad de La Habana. Escuela de Altos Estudios de Hotelería y Turismo
92. Pérez Martín, L. et. al (2004). La personalidad su diagnóstico y su desarrollo. Editorial Pueblo y Educación
93. Pilía, Nelda et al (2008). Competencia comunicativa y formación ética y ciudadana. <http://www.etica.org.ar/assuboropicco.htm>

94. Pupo, S. (2006). Procedimiento General para la Formación Idiomática en las Empresas Transportistas del Turismo. (Tesis presentada en opción al grado científico de Master en Gestión Turística)
95. Ortiz, Emilio (1966). Concepciones teóricas y metodológicas sobre el aprendizaje. Artículo ISPH
96. Revista Cubana de Educación Superior (2003). Vol XXIII No 2, Universidad de la Habana
97. Pastora, J.F. (1990). El vocabulario como agente de aprendizaje, Madrid, La Muralla
98. Pérez Díaz, Ortelio (2005). La relación individuo-sociedad en la Cuba contemporánea. Editorial Pueblo y Educación. La Habana
99. Ramírez, I. (2004). Metodología Diferenciadora para la Enseñanza-Aprendizaje de la comunicación Oral del Inglés a partir de los Perfiles Socio profesionales de los estudiantes-trabajadores de las Escuelas de Idiomas (Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias)
100. Rodríguez, Marisela y Bermúdez, Rogelio (1997). La personalidad del adolescente, Teoría y metodología para su estudio. Ediciones UNION, Ciudad de La Habana, Cuba
101. Rodríguez, Mario (2008). Enseñanza desarrolladora. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cuba/cips/caudales05/Caudales/ARTICULOS/ArticulosPDF/05R111>
102. Rosell Puig Washington y Más García, Martha (2008). El enfoque sistémico en el contenido de la enseñanza http://www.bvs.sld.cu/revistas/ems/vol17_2_03/ems02203.htm

103. Seglin, Jeffrey L (1994). La comunicación en Mercadotécnia. Curso de Mercadotécnia McGraq Hill 36 horas, México, p 201-232
- 104.** Senlles, Andrés(1997). Comunicación en la negociación, Barcelona : Gestión 2000
105. Silvestre, Margarita y et Al (2000). Teoría y práctica de la elaboración de los libros de textos. La habana
106. Silverstein, José y Silvestre, Margarita (2000). Hacia una didáctica desarrolladora. Editorial Pueblo y Educación p 6(25)
107. Colectivo de autores, Tabloide (2006). Maestría en Ciencias de la Educación. Mención en Educación Técnica y Profesional Módulo I (primera parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, Mined
108. Colectivo de autores, Tabloide (2006). Maestría en Ciencias de la Educación (. Mención en Educación Técnica y Profesional Módulo II (primera parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, Mined
109. Colectivo de autores, Tabloide (2006). Maestría en Ciencias de la Educación. Mención en Educación Técnica y Profesional Módulo I(primera parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, Mined
110. Colectivo de autores, Tabloide (2006). Maestría en Ciencias de la Educación. Mención en Educación Técnica y Profesional Módulo II (segunda parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, Mined
111. Colectivo de autores, Tabloide (2006). Maestría en Ciencias de la Educación. Mención en Educación Técnica y Profesional Módulo II (primera parte, La Habana: Editorial Pueblo y Educación, Mined
112. Taylor, S T et al (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Ediciones Paidos Ibérica, S.A., España

113. Tejeda, José (1999). Acerca de las competencias profesionales. Herramientas. Universidad de Barcelona, p 20-26
114. Tobin, K (1993). The practice of constructivism in Science Education, Lawrence Erlbaum Associates, Inc, New Jersey
115. UNESCO (1984). La Educación en materia de comunicación, Paris
116. UNESCO (1995). Hacia una nueva etapa de desarrollo educativo, Boletín 31 UNESCO-ORELAC, Cuba
117. UNESCO (2003). Enseñanza y formación técnica y profesional en el Siglo XXI. Recomendaciones de la UNESCO y la OIT. París. http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/newsroom/resenas/2003/unes_oit.htm
118. Vigostky, Lev (1981). Pensamiento y Lenguaje: Teorías del desarrollo cultural de las funciones psíquicas. Edición Revolucionaria, La Habana. Cuba.
119. Vilá Baños, Ruth (2005). Competencia intercultural. Un estudio en el primer ciclo de la ESO. Universidad de Barcelona. España. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=3646>
120. Zamora, Álvaro (1993). Comunicación y Humanismo. En Revista Káñina. Vol. XVII. Pp. 225-258

ANEXO 1

Prueba pedagógica

Objetivos:

- ❖ Constatar las principales limitaciones de los dependientes de tiendas en cuanto al dominio de la lengua inglesa en función de su desempeño profesional.
- ❖ Corroborar la hipótesis planteada a partir de la realización de los exámenes ordinarios y los de suficiencia.

Guía para el diagnóstico

- Give personal information
- Answer formal telephone calls at the shop
- Offer assistance
- Give general information about the shop
- Talk about the hours
- Talk about fashion and tendencies
- Talk about preference
- Convince the client
- Talk about prices
- Use expressions of courtesy
- Talk about the quality of the products
- Compare the quality of the products
- Suggest the best options
- Give instructions
- Answer complaints
- Talk about size

- Explain where something is
- Offer something special
- Say good-bye after meeting someone
- Ask about physical appearance
- Ask for clarification
- Express a wish
- Express a concern
- Express a regret
- Make a judgment
- Give directions in and out the shop

ANEXO 2

Resultados derivados de la prueba pedagógica

Objetivo: Constatar las principales limitaciones en el dominio de idioma inglés de los dependientes de tiendas del turismo en función de su desempeño laboral.

Resultados

No.	Entidad	Cantidad de trabajadores	Diagnos- ticados	Resultados Inglés		
				M	R	B
	Caracol	96	58	23	15	10

Para otorgar las categorías se tuvieron en cuenta los resultados siguientes:

Obtiene **B** cuando el sujeto es capaz de usar correctamente el 90% de las funciones comunicativas propuestas, **R** el que usa entre 80y 90% de las funciones correctamente y **M**, el que usa menos del 60 % de funciones de forma correcta.

ANEXO 3

Encuesta a dependientes de tiendas del turismo

Objetivo: Conocer los criterios de los dependientes en cuanto al conocimiento de sus propias dificultades a partir de su desempeño laboral.

Compañero dependiente:

Con el objetivo de contribuir en la solución de sus limitaciones en cuanto a la formación de la competencia léxica en idioma inglés, el departamento de idiomas desea conocer de forma concreta la situación en la que usted se encuentra. A continuación se ofrecen las posibles situaciones en las que usted considera pueda estar ubicado. Nota: Marque con una cruz según el caso.

Dominio del vocabulario especializado del inglés para su puesto de trabajo

Alto____ Medio____ Bajo____

Electrodomésticos

Alto____ Medio____ Bajo____

Vestuario (Incluye calzado y ropas)

Alto____ Medio____ Bajo____

Belleza (Incluye perfumería, joyería)

Alto____ Medio____ Bajo____

Alimentos (incluye frutas, vegetales y víveres)

Alto____ Medio____ Bajo____

Bebidas y tabacos

Alto____ Medio____ Bajo____

ANEXO 4

Guía para la revisión de los documentos normativos acerca de la enseñanza de idioma inglés a dependientes de tiendas del turismo

Objetivo: Valorar las concepciones didáctico-metodológicas que se asumen en los documentos en cuanto al proceso de formación de la competencia léxica de los dependientes de tiendas del turismo en función de su desempeño profesional.

Guía de análisis

- Análisis del plan de estudio de la especialidad
- ¿Qué profesional tenemos que formar?
- ¿Cuál es su campo de acción?
- Análisis de las concepciones didáctico-metodológicas expuestas en el plan de estudio
- Análisis de los objetivos generales y particulares

ANEXO 5

Guía para el análisis de los lineamientos metodológicos del departamento

Objetivo: Valorar el sistema de trabajo metodológico del departamento para constatar el trabajo didáctico-metodológico en función del cumplimiento del programa de la asignatura.

Guía de análisis

- Declaración de las líneas de trabajo metodológico del departamento en función de las prioridades del programa
- Problemas metodológicos declarados en el departamento docente a partir de la realización del diagnóstico idiomático desarrollado en el territorio
- Estrategias encaminadas a resolver las dificultades detectadas en el diagnóstico idiomático
- Lugar que ocupa el trabajo con la competencia léxica en las líneas declaradas
- Principios que se cumplen a favor del trabajo didáctico-metodológico en función del desarrollo de la competencia léxica

ANEXO 6

Guía para determinar la situación real en cuanto a la superación en idioma inglés de los trabajadores con requisitos

Objetivo: Conocer los niveles idiomáticos de los trabajadores con requisitos idiomas en su desempeño profesional.

Guía para el análisis

- Cantidad de trabajadores con el requisito _____
- Cantidad de trabajadores con primer nivel _____
- Cantidad de trabajadores con segundo nivel _____
- Cantidad de trabajadores con tercer nivel _____
- Cantidad de trabajadores graduados a través del nuevo programa _____
- Cantidad de trabajadores sin el requisito _____

ANEXO 7

Guía para el análisis de las principales quejas de los clientes en cuanto al uso del idioma para los servicios

Objetivo: Delimitar las principales limitaciones idiomáticas emanadas de las quejas de los clientes en el desempeño de los dependientes de tiendas del turismo.

Guía de análisis

Principales planteamientos realizados por los clientes

- Dificultades en la comprensión de los pedidos
- Pobre utilización de estrategias idiomáticas para lograr una venta exitosa
- Pobre dominio del idioma para dar respuestas a quejas de los clientes
- Limitado dominio del vocabulario especializado del departamento

ANEXO 8

Guía para la encuesta a profesores del departamento

Objetivo: Conocer el criterio de los docentes acerca de las principales dificultades lingüísticas en el desempeño profesional de los dependientes de tiendas del Destino Holguín.

Co (a). Profesor (a):

Como usted conoce, en el departamento se lleva a cabo una investigación como principio sobre la formación de la competencia léxica en idioma inglés de los dependientes de tiendas de la Cadena Caracol. Para lograr los objetivos propuestos, sería muy importante contar con sus criterios respondiendo las siguientes preguntas:

¿Ha trabajado usted alguna vez con la especialidad de referencia? si___ no___

¿Cuenta usted con los materiales imprescindibles para enfrentar la docencia en dicha especialidad? Si___ No___

¿Cómo considera su preparación para la impartición de dicha especialidad?

Excelente___ Muy bien___ Bien___ Regular___ Mal___

En caso de ser positiva su respuesta, de las siguientes problemáticas, cuál o cuáles de las siguientes dificultades considera usted deben recibir atención priorizada

Aspectos socioculturales _____

Estrategias idiomáticas para lograr una venta exitosa _____

Desarrollo del vocabulario especializado _____

Dificultades en el uso de las funciones comunicativas _____

Falta de información acerca de las bondades de los productos _____

¿Considera usted que estas dificultades son analizados en las actividades metodológicas del departamento?

Siempre___ Algunas veces _____ Nunca_____ ¿Qué otras dificultades considera usted deben ser atendidas de inmediato?

ANEXO 9

Guía para la aplicación de la encuesta a los clientes

Objetivo: Conocer los principales criterios de los clientes acerca de la actividad comunicativa en idioma inglés de los dependientes de tiendas del turismo.

Guía para la encuesta a clientes

Dear Sr (Miss-Mrs)

It would be a pleasure to know your opinion about the most remarkable problems concerning the use of the language, you have noticed while shopping in our province. To fill out the form, you are supposed to write a check mark in case you have ever faced some of the problems listed above.

The most relevant difficulties I have noticed are:

Understanding _____

Explaining the qualities of certain products _____

Comparing qualities _____

Comparing prices _____

Giving general information _____

Talking about guarantees _____

Describing certain products _____

Giving details _____

Excusing oneself _____

Offering a different option _____

Explaining procedures _____

Thank you very much for your contribution.

ANEXO 10

Guía para la aplicación de la técnica de la observación desde el puesto de trabajo

Objetivo: Valorar el dominio en los siguientes componentes de la comunicación de un dependiente tiendas

Componentes a valorar	Alto	Medio	Bajo
Dominio de estrategias conversacionales			
Creatividad			
Aptitudes para el aprendizaje del idioma			

ANEXO 11

Guía para la aplicación de la encuesta sobre el dominio de los elementos vinculados con la comunicación no verbal

Objetivo: Conocer la situación de los sujetos en relación con el dominio de los aspectos relacionados con la comunicación no verbal en su desempeño profesional.

Estimado cliente:

El proceso de comunicación incluye dos formas principales: la verbal y la no verbal o corporal. La verbal es la que se realiza a través de la palabra y la no verbal es la que se realiza a través del sistema de señales, gestos, mímicas, reacciones faciales y otras.

¿Cómo considera usted su dominio en relación con el sistema de signos de sus mercados emisores? Marque con una X según corresponda.

Bueno Regular Malo

Canadá

Reino Unido

Estados Unidos

ANEXO 12

Guía de observación para la evaluación del desempeño lingüístico

Objetivo: Constatar los resultados derivados de la aplicación de la alternativa para favorecer la formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo.

Determinación de los aspectos a tener en cuenta para la evaluación del desempeño lingüístico de los sujetos

Compañero profesor:

El objetivo de esta observación es lograr la mayor discreción en el proceso de observación con el objetivo de verificar la espontaneidad en el proceso de comunicación en idioma inglés de los dependientes que usted va a observar.

Para la realización de la observación, se propone prestar especial atención a los siguientes aspectos vinculados al uso correcto de la lengua:

Alto Medio Bajo

Dominio del vocabulario especializado

Uso de estrategias comunicativas en las ventas

Dominio de aspectos socioculturales

Nivel de creatividad

Criterios

Es **alto** cuando el sujeto es capaz de hacer uso del 98% del vocabulario vinculado a su esfera de actuación, **medio** cuando demuestra pocas dificultades en el uso del vocabulario especializado y **bajo** cuando demuestra un pobre dominio del vocabulario especializado.

Es alto cuando logra mantener una comunicación fluida y exitosa con el cliente, medio cuando se evidencian ciertas interrupciones en el proceso de

comunicación y bajo cuando logra un nivel de comunicación con interrupciones periódicas.

Es alto cuando se comprueba que el sujeto domina los hábitos, costumbres y preferencias de los clientes de habla inglesa, medio cuando se constata que domina las costumbres y preferencias y bajo cuando se constata que al menos domina las preferencias principales.

Es alto cuando es capaz de dar solución a todas las situaciones que se presentan en el proceso de ventas, medio cuando es capaz de dar solución al 85% de los problemas y bajo cuando es capaz de dar solución al 70 % de los problemas.

ANEXO 13

Objetivo: Resumir los resultados derivados de la aplicación parcial del experimento.

Resultados derivados de la aplicación del experimento a una muestra de 18 dependientes de tiendas del turismo

Aspectos a evaluar	Resultados
Dominio del vocabulario especializado	Alto: 16 (88,8) Medio: 2 (2,2)
Dominio de las estrategias	Alto: 14 (77,7) Medio: 1 (5,5) Bajo: 3 (16,6)
Dominio de los aspectos socioculturales	Alto: 8 (44,4) Medio: 4 (22,2) Bajo: 6 (33,3)
Creatividad	Alto: 10 (55,5) Medio: 6 (33,3) Bajo: 2 (11,1)

ANEXO 14

Encuesta de salida

Objetivo: Conocer los criterios de los sujetos en relación con la efectividad de la alternativa en función de la formación de la competencia léxica en idioma inglés.

Compañero estudiante,

El objetivo de aplicar nuevas variantes en el proceso de formación idiomática en el sector turístico, es lograr una mayor y mejor formación en esta rama del saber sobre la base de las necesidades reales en las diferentes esferas de actuación. ¿A tales efectos como evalúa usted los siguientes aspectos relacionados con la aplicación de las nuevas variantes?

Aspectos a valorar	MR	R	PC
Selección de colaboradores			
Rotación por los puestos de trabajo			
Utilización de materiales de apoyo			

Leyenda

MR muy relevante

R relevante

PR relevante

ANEXO 15

Objetivo: Resumir los criterios emanados de la encuesta a los sujetos involucrados en el experimento en relación con la efectividad de la alternativa en función de la solución a sus necesidades idiomáticas para su desempeño profesional.

Resultados derivados de las encuestas aplicadas a los dependientes de tiendas objetos de experimento

Criterios de evaluación	Resultados
Selección de los colaboradores	Muy relevante: 16 (88,9) Relevante: 2 (11,1)
Rotación por los departamentos	Muy relevante: 18 (100)
Utilización de materiales de apoyo	Muy relevante: 17 (94,5) Relevante: 1 (5,5)
Nivel de solución de las necesidades	Muy relevante: 16 (88,9) Relevante: 2 (11,1)