

ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA AUDIO-ORAL EN IDIOMA ALEMÁN DEL PERSONAL DE RECEPCIÓN EN EL HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

Enrique Pérez González* y Migdely Barbarita Ochoa Ávila**

Resumen: La recepción hotelera es el espacio de interacción de un personal altamente cualificado y competitivo que juega un rol fundamental en el logro de la satisfacción del cliente. El objetivo de la investigación fue desarrollar una estrategia que favorezca el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral del alemán para los trabajadores de la especialidad de recepción en el hotel Brisas Guardalavaca. Se emplearon los métodos teóricos como análisis y síntesis, histórico lógico; entre los empíricos, la entrevista semi-estandarizada, y encuestas. La estrategia posee cuatro componentes esenciales por los que transcurre el proceso de desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán, estas son: objetivos, etapas, metas y acciones de formación cultural, competencia multilingüe y la enseñanza-aprendizaje del idioma alemán a los recepcionistas. Los resultados de la aplicación parcial de la estrategia son: logró cambios visibles en el grupo de recepcionistas del hotel Brisas Guardalavaca, permitió la transformación del conocimiento de un estado real desfavorable a un estado deseado y sentó las bases para la auto-transformación sistemática del personal de la recepción de esta organización turística.

Palabras clave: Estrategia, competencia comunicativa audio-oral, idioma alemán, personal de recepción, hotel.

Abstract: The hotel reception is the interaction space of a highly qualified and competitive personnel that plays a fundamental role in the achievement of customer satisfaction. The objective of the research was to develop a strategy that favors the development of the audio-oral communicative competence of German for reception workers at the Brisas Guardalavaca Hotel. Theoretical methods such as analysis and synthesis, historical logic, empirical, semi-standardized interview, and surveys were used. The strategy has four essential components for the development of the audio-oral communicative competence in the German language. These are objectives, stages, goals and actions of cultural formation, multilingual competence and the teaching-learning of the German language to the receptionists. The results of the partial implementation of the strategy are achieved visible changes in the group of receptionists of the Brisas Guardalavaca Hotel, allowed the transformation of knowledge from an unfavorable real state to a desired state and laid the basis for the systematic self-transformation of personnel of the reception of this tourist organization.

Key words: Strategy, communicative competence audio-oral, German language, reception staff, hotel.

I. INTRODUCCIÓN

La formación de los profesionales del turismo debe estar acorde con el desarrollo ascendente de este sector, el cual tiene una importancia primordial para la economía de

muchos países (Azze y Ochoa, 2017, p.2). En este sentido existe la necesidad de propiciar el desarrollo competitivo que garantice el desempeño adecuado de estos profesionales, en un entorno de creciente multiculturalidad y multilingüismo; condicionado

* Máster en Gestión Turística. Profesor Departamento de Lengua Inglesa, Universidad de Holguín, Cuba. henschnell@fh.uho.edu.cu.

** Doctora en Ciencias Técnicas. Vicedecana de Investigación y Posgrado en Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Profesora Dpto. de Turismo, Universidad de Holguín, Cuba. migdely@uho.edu.cu.

por la diversidad de países emisores y las diferencias culturales dentro de un mismo país.

El turismo en Cuba representa uno de los sectores económicos de mayor dinamismo, perspectiva y de alta prioridad, por ello está definido que la misión del turismo es la captación directa de divisas y requiere del crecimiento acelerado para dinamizar la economía nacional (González B., 2016, p.2).

La gestión de hoteles se convierte en una oportunidad para el despliegue de acciones de mejora, y dentro de ella la recepción de un hotel debe ser capaz de garantizar que sus recursos humanos gestionen sus actividades específicas de manera efectiva al tener en cuenta criterios de eficacia y eficiencia, productividad, calidad así como apliquen los procedimientos definidos por la propia organización y el cumplimiento de los aspectos vinculados a las operaciones del hotel. De esta forma el recepcionista debe poseer una amplia cultura sobre la historia y las expresiones patrimoniales tanto culturales como naturales de su país y de los principales mercados emisores.

La región turística del norte de Holguín de Cuba cuenta con un variado patrimonio natural y cultural, y ha sido de las primeras en la incorporación de estos elementos patrimoniales a la gestión y oferta turística. Sistemáticamente se intenta ampliar la participación de sus expresiones culturales y naturales en maximizar las experiencias turísticas de los visitantes en la búsqueda de una prestación más integrada de todos los servicios y con ello, innovar y desarrollar una cartera de productos y atraer nuevos consumidores.

Cuba tuvo un arribo total de 3.524.779 visitantes en el año 2015, y el mercado emisor alemán ocupó el segundo puesto con un evidente crecimiento con respecto a años anteriores. Sin embargo, uno de los problemas que se evidencian en el sector turístico local lo constituye el insuficiente conocimiento del idioma alemán y la cultura germánica por parte del personal directamente vinculado al turista en los hoteles de la región.

El nivel de satisfacción de los clientes germano parlantes (CGP) en los hoteles del polo turístico de Holguín se ve limitado al no ser atendida su comunicación en su propia lengua materna y tener que mediar en el diálogo el representante de agencia, el tour leader o el guía de turismo. De la misma manera el insuficiente conocimiento de la cultura germano parlante afecta la atención a este tipo de cliente, en especial, la comunicación en alemán, su consumo alimenticio, costumbres y maneras de comportamiento.

Aunque se ha avanzado considerablemente en la preparación y formación de los recursos humanos que se dan cara a cara al cliente germano parlante el proceso de capacitación es insuficiente, especialmente la capacitación in situ. A la vez, el idioma alemán y cultura germana no han sido trabajados con profundidad con un enfoque interdisciplinario para su enseñanza y aprendizaje. Los cursos impartidos en los hoteles por el Centro de Capacitación del Turismo perteneciente al Ministerio del Turismo (MINTUR), aún no son suficientes para resolver este problema. La bibliografía psicopedagógica, didáctica y metodológica existente en Cuba consultada, en lo que concierne al trabajo con las lenguas extranjeras

no aporta muchos ejemplos donde se ilustre el idioma alemán; se concentra principalmente en el idioma inglés.

En Holguín son escasas las investigaciones acerca de la historia y la cultura germano parlante. El proceso de capacitación idiomática desde la empresafacilita el proceso continuo de preparación y la instrumentación de un aprendizaje masivo con un modelo flexible, como alternativa para resolver las insuficiencias en el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en inglés de los trabajadores recepcionistas del sector turístico (Machín, 2008, p. 1), sin embargo no seaborda, las bases del Marco Europeo de Referencia (MERL) para el aprendizaje de las lenguas.

El Hotel Brisas Guardalavaca del municipio de Banes en la costa norte holguinera de Cuba, cuenta con una capacidad total de 437 habitaciones y, dentro del destino Holguín, es considerado la institución insignia del Grupo Hotelero Cubanacán por su capacidad, excelencia en el servicio y nivel de repitencia. En el año 2015 esta institución

finalizó con un incremento de 32.967 clientes germano-parlantes (CGP) y un promedio diario de 108. Los principales mercados en el Hotel Brisas Guardalavaca en el año 2015 se muestran en el cuadro 1.

Al cierre del año 2015 el comportamiento por mercados refleja que Canadá fue el responsable del 42% de las ventas con un 33% de producción por la oferta de Early Booking Bonus (EBB) y disminuyendo su producción respecto a igual periodo en un 5%. UK representa el 28% de la producción generando el 87% de sus ventas por EBB crece un 6% respecto al 2014 y Alemania fue el tercer mercado con el 11% de participación y creciendo un 26% respecto a igual periodo.

En 2016 Alemania, presentó una situación favorable consolidándose como tercer mercado de Brisas Guardalavaca, y aportó una cifra semejante al 2015 de estancias, que es lo mismo que turistas días, además muestra un proceso de recuperación del precio medio aportando 4.20 CUC /turistas días en correspondencia con el año anterior;

Cuadro 1
Principales mercados en el Hotel Brisas Guardalavaca en el año 2015

MERCADOS	ESTANCIAS	%	INGRESOS	%
1- Canadá	120,373	42%	5,036,204.03	48%
2- Inglaterra	79,209	28%	2,496,964.88	24%
3- Alemania	31,137	11%	988,271.29	9%
4- Mercado interno	25,893	9%	1,035,761.83	10%
5- Holanda	10,701	4%	358,149.98	3%
Al 100 % total	Aportan	94%		94%

FUENTE: Subdirección Comercial del Hotel Brisas Guardalavaca, junio /2016

por las modificaciones logradas en la contratación, como trabajo conjunto del Hotel Brisas Guardalavaca con el Grupo Cubanacán. Eso demanda un trabajo de preparación tanto cultural como idiomática del personal que trabaja con el cliente germano parlante. Thomas Cook Alemania se mantuvo en 2016 como principal turoperador del mercado.

En entrevista realizada a una representación del consejo de dirección del hotel, así como a trabajadores de la recepción en el año 2015, se obtuvo que existen insuficiencias para el logro de una mejor competencia comunicativa en el idioma alemán por causas estratégicas, informacionales, entre

otras y se coincidió en que en la atención a los CGP en la recepción hotelera del Hotel Brisas Guardalavaca se presentan las insuficiencias siguientes:

1. Los recursos humanos de la recepción no se comunican de forma fluida en idioma alemán, por lo que no satisfacen adecuadamente al CGP. Solo el 10% se comunica con los alemanes utilizando un nivel básico elemental del idioma alemán, de los 20 encuestados solo 4 expresaron poder tener la capacidad audio oral para hacerlo.
2. El conformismo por parte del personal de la recepción sobre el conocimiento

Cuadro 2
Comportamiento del turoperador Thomas Cook Alemania
en el Hotel Brisas Guardalavaca en el año 2015

ALEMANIA	2016	INGRESOS	%
Indicadores	TD	Ingreso	IM
Enero	3,626	126087	34.77
Febrero	2,926	117660	40.21
Marzo	3,904	143956	36.87
Abril	1,608	62770	39.04
Mayo	2,883	84231	29.22
Total	14,947	534705	35.77
Thomas Cook Alemania	TD	Ingreso	IM
Enero	3,004	100586	33.48
Febrero	2,517	97893	38.89
Marzo	2,612	89156	34.13
Abril	1,094	39610	36.21
Mayo	1,876	49875	26.59
Total	11,103	377120	33.97

FUENTE: Subdirección Comercial del Hotel Brisas Guardalavaca, junio /2016

del idioma inglés como idioma internacional, lo que provoca que se utiliza frecuentemente para resolver cualquier situación con el CGP.

3. Los recepcionistas consideran que el idioma alemán es difícil de aprender y el 90% de ellos desconocen los métodos para su estudio, práctica y uso.
4. El 60% tiene la concepción de que el CGP es solo oriundo de Alemania, por lo que excluyen las colonias germanas en otras partes del mundo como Venezuela, Brasil y Canadá.
5. Insuficiente realización de cursos de posgrado por parte del Sistema Nacional para la Formación del Personal para el Turismo, que limita al trabajador de la recepción hotelera sobre cómo aprender y profundizar en el idioma alemán y en la cultura germano parlante.

Todo lo anterior evidencia la existencia de limitantes para la preparación profesional de los trabajadores de la recepción del turismo en el idioma alemán, aspecto que es medular para lograr un mejor servicio al CGP y su plena satisfacción. De las consideraciones anteriores, se derivó el siguiente problema científico: El insuficiente desarrollo de la competencia comunicativa audio oral en idioma alemán de los recursos humanos de la recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca limita la satisfacción del cliente germano parlante. El objeto de estudio de la investigación fue: el proceso comunicativo profesional en idioma alemán del personal de la especialidad de recepción hotelera.

II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La investigación se propuso como objetivo general: Desarrollar una estrategia que favorezca el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán para los trabajadores de la especialidad de recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca. El campo de acción definido fue el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán en el personal de la especialidad de recepción hotelera en el Hotel Brisas Guardalavaca. Fueron definidos como objetivos específicos los siguientes:

1. Caracterizar el estado actual del desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán en los trabajadores de la especialidad de recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca.
2. Elaborar una estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca.
3. Aplicar de forma parcial la estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca.

Los Métodos y técnicas de investigación se muestran a continuación.

Análisis-síntesis: Para el procesamiento de la información y en particular las categorías comunicación, competencia comunicativa y las diferentes teorías y enfoques estratégicos y metodológicos en la enseñanza-aprendizaje del idioma alemán para fines ocupacionales y su sistematización.

Histórico-lógico: Para el análisis de la evolución de las principales teorías lingüísticas, de aprendizaje y el desarrollo de la definición de competencia comunicativa en el idioma alemán.

Observación directa y examen de diagnóstico: Para diagnosticar y caracterizar el estado actual de desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán de los profesionales de recepción hotelera en su desempeño.

Observación participante: Se utilizó para constatar el servicio directo a los CGP en el hotel seleccionado como campo de estudio y mostrar actitudes referidas a la satisfacción del cliente en momentos de relevancia como el check-in, check-out u otros, donde solicite cualquier servicio o emita quejas en la recepción.

La encuesta: Permitió conocer el criterio de trabajadores, directivos, CGP, guías turísticos, turoperadores extranjeros y representantes cubanos de agencias alemanas, para certificar criterios, hacer reflexiones y tomar decisiones en lo que respecta a la estrategia a seguir.

La entrevista semi estandarizada: Se aplicó a directivos del hotel, recepcionistas y personal vinculado directamente CGP, así como a representantes cubanos y extranjeros para conocer el estado actual del problema.

Los datos de la investigación se procesaron a través de los métodos del nivel matemático y estadístico (Estadística descriptiva) y dentro de estos, el análisis cuantitativo (porcentual), y del análisis cualitativo de los

mismos, utilizados con el objetivo de procesar los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas.

III. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO DE RECEPCIÓN HOTELERA CENTRADO EN EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA AUDIO-ORAL EN IDIOMA ALEMÁN

En este apartado se caracteriza el proceso de recepción hotelera centrado en el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán, para ello se proponen los siguientes objetivos: Abordar las tendencias en la formación de la competencia comunicativa audio-oral en la recepción hotelera; Definir la importancia del proceso de recepción hotelera en la satisfacción de los CGP; Explicitar las concepciones metodológicas para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en alemán en el Sistema Nacional para la Formación del Personal para el Turismo; y Analizar las peculiaridades de la competencia comunicativa audio-oral en el proceso de recepción hotelera en el Hotel Brisas Guardalavaca como campo seleccionado y demostrar la necesidad de la aplicación de una estrategia para la transformación de esta problemática.

III.1 Tendencias en la formación de la competencia comunicativa audio-oral en la recepción hotelera

Actualmente el desarrollo de competencias laborales o profesionales es una tendencia predominante en el campo de la

formación profesional, la cual surge como respuesta al hecho de que los estudiantes, al concluir sus estudios, poseen conocimientos no especializados respecto a las exigencias que impone el contexto de desempeño.

Antes de profundizar en el estudio del proceso de formación de una competencia, es ineludible realizar una valoración general de este concepto. Al relacionar la competencia con la actividad humana, (R. Wittorski, 1997, p. 132) se reconoce que la competencia como una totalidad, integra y relaciona atributos y tareas, enfrentando varias acciones simultáneamente, a la vez que se tiene presente el contexto y la cultura del lugar de trabajo.

Las más extendidas y admitidas de las definiciones de competencia son las que comprenden la noción de “saber hacer en un contexto determinado”. El “saber hacer”, que no debe concebirse como “hacer” a secas, sino como algo que exige conocimiento (teórico, práctico o teórico-práctico), afectividad, compromiso, cooperación y cumplimiento, todo lo cual se manifiesta en el desempeño, también de tipo teórico, práctico o teórico-práctico.

En el sector empresarial cubano la gestión por competencias tiene su base en la gestión del conocimiento (Avilés et al, 2016, p.1), nace y se fundamenta en la búsqueda de una explicación al desempeño laboral exitoso de individuos en determinados contextos. Esta se centra en el desarrollo de las potencialidades presentes y futuras de las personas, lo que las hará desempeñarse de manera exitosa en el futuro.

Para Rodríguez (2008, p. 12) la competencia lingüística, como dimensión de la comunicativa, se refiere esencialmente a la habilidad del sujeto de manipular los recursos lexicales, gramaticales y fonológicos del lenguaje para comprender y producir enunciados. Se puede, entonces, plantear que el estudiante lingüísticamente competente en un idioma tiene la habilidad de manipular con efectividad los elementos lingüísticos del lenguaje para principalmente interpretar y producir enunciados, pero esto no garantiza que el estudiante sea capaz de interiorizar el metalenguaje, construir conceptos o describir conscientemente las principales regularidades lingüísticas que operan dentro del idioma en cuestión.

La relación desempeño-competencia, se ha puesto en boga en la actualidad como un elemento clave en los debates sobre las capacidades demandadas por la sociedad y las exigencias impuestas a la universidad por un medio en constante transformación que exige expertos en las más diversas ramas de la ciencia y la técnica.

Burke (1989, p.61) citado por Allan, J. (1996, p.93) relaciona el desempeño con las competencias y analiza la relación entre las categorías innovación y competencia, destacando que es imposible determinar la competencia de un profesional sin tener presente su desempeño. Actualmente se acepta que el desempeño de los diferentes tipos de trabajos requiere distintas magnitudes y combinaciones de competencias, ligadas al contexto específico en que se ponen de manifiesto. Lo anterior sugiere que cada labor exija conjuntos de competencias distintas y que ninguna entidad pueda elaborar una

lista de competencias permanente e inamovible.

Por su parte, la Norma Cubana 3000 (2007, p. 4) define la competencia como un conjunto sinérgico de conocimientos, habilidades, experiencias, sentimientos, actitudes, motivaciones, características personales y valores, basado en la idoneidad demostrada, asociado a un desempeño superior del trabajador y de la organización, en correspondencia con las exigencias técnicas, productivas y de servicios. Es requerimiento esencial que esas competencias sean observables, medibles y que contribuyan al logro del objetivo de la organización.

Esta definición valora positivamente los componentes cognitivos, afectivos, axiológicos y hace énfasis en la idoneidad demostrada para el logro de un desempeño superior por parte del trabajador; a la vez que analiza los componentes no solo como una simple suma de elementos, sino que sugiere la interrelación existente entre los mismos y resalta el papel del contexto.

Entre las competencias profesionales se enmarcan las propias del profesional de turismo, cuya evolución y formación están signadas por fenómenos de particular fuerza e influencia en la actualidad: la tecnología, cuyas continuas transformaciones exigen adaptabilidad; la diversidad, generadora de nuevas dinámicas en las relaciones interpersonales y la globalización, que crea lazos de interdependencia a nivel mundial hasta ahora desconocidos.

En este contexto es lícito considerar, tanto la situación del capital humano en la

industria de los servicios, como el papel a jugar por la educación actual en este sentido. En Cuba, dada la importancia del sector turístico en la economía, la formación adquiere una relevancia significativa en la actualización permanente de los programas de formación del futuro profesional de turismo. No solo es importante preparar a los futuros profesionales a partir de los cambios ocurridos en el mercado de turismo a nivel general, sino que es imprescindible que se tenga presente la situación del contexto donde se desempeñarán. El desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el acceso generalizado a Internet, hacen que los servicios turísticos deban enfrentar, cada vez con más frecuencia, a visitantes con mayor conocimiento sobre la cultura y la historia universal, por lo que la formación cultural del especialista se convierte en un imperativo para el desarrollo de esta industria en Cuba.

La formación cultural del profesional de turismo se complejiza aún más producto del multilingüismo de los mercados turísticos. Los países más desarrollados, que son al mismo tiempo los principales emisores de turismo, se han convertido progresivamente en sociedades cada vez más multiculturales a causa de los crecientes desplazamientos migratorios propios de la era de la globalización. Por tanto, de la formación cultural depende en gran medida la competencia del profesional.

La educación basada en competencias ha recibido múltiples nombres entre los que se encuentran: Educación Basada en Competencias (EBC), Educación Basada en Normas de Competencias (EBNC), o For-

mación Basada en Competencias (FBC). Independientemente del apelativo utilizado, el mismo se basa en el reconocimiento y certificación de las competencias obtenidas, no sólo mediante procesos formativos, sino también de aquellas adquiridas en otros ámbitos o de otras maneras, como el de la experiencia profesional.

Consecuentemente con lo anterior, a partir de las últimas décadas del siglo XX, en los Estados Unidos, Canadá, Australia y la Unión Europea, la Educación Superior ha sido objeto de importantes transformaciones. En este contexto, la formación profesional se ha replanteado en términos de las competencias a desarrollar en los estudiantes para que puedan responder mejor a las necesidades de un mundo laboral y profesional caracterizado por constantes cambios.

La formación profesional basada en competencias rige el currículo, y se expresa en todo el proceso formativo a través de la organización y la gestión de las instituciones, el rol docente, y las formas de enseñanza y de evaluación. Esta nueva propuesta pretende conferir funcionalidad a los aprendizajes y realizar la transferencia imperativa entre el contexto de aprendizaje y el contexto de aplicación, como una manera de satisfacer el encargo social. También tiene como finalidad el paso de saberes descontextualizados a saberes que hagan posible su aplicabilidad inmediata.

El diseño curricular basado en competencias, en aras de alcanzar un alto nivel de vinculación entre las demandas del mundo productivo y la formación profesional que

se lleva a cabo, debe partir de la identificación y descripción de los elementos de competencia de un rol o de un perfil profesional, como base para su elaboración. Obviamente, en lugar de estar estructurado por asignaturas, disciplinas o problemas, la organización de este currículo es por competencias; por tanto, el contenido, los métodos, los medios de enseñanza y las formas de organización de la clase se subordinan a la competencia que se desea formar.

Este enfoque aboga por la conjugación entre los conocimientos, las habilidades, los procedimientos, los motivos, los componentes meta-cognitivos, los valores, las cualidades de la personalidad y las actitudes que debe reunir un individuo para enfrentar con éxito su existencia venidera y evitar convertirse únicamente en un eficaz instrumento de producción.

El diseño curricular por competencias sigue determinados principios, al respecto, E. Cejas (2006, p. 14) y P. Sastre et al (2010, p. 572) citan a Robitaille y Daigle (1999), y consideran como los más importantes para su estructuración los siguientes: Los programas de formación se organizan y estructuran a partir de competencias a formar y desarrollar; Las competencias varían en función del contexto en el que se aplican; Las competencias se describen en términos de resultados y normas; Los representantes del mundo del trabajo participan en el proceso de diseño, durante el desarrollo y en la evaluación curricular; Las competencias se evalúan a partir de los componentes que la integran. La formación tiene un alto contenido práctico experimental.

En opinión de estos investigadores, la formación por competencias es una alternativa para resolver la dicotomía que se presenta entre el encargo social y el proceso formativo; no obstante, como cambio radical del paradigma existente, su generalización no siempre sería recomendable a todos los niveles de educación y, menos aún, sin un largo proceso de preparación.

La implementación del enfoque por competencias, representa un importante reto (Perrenoud, 2002, p.45), la disyuntiva se manifiesta entre las siguientes alternativas:

1. Consiste en recorrer el campo de conocimientos más amplio posible, sin preocuparse de su movilización en situación, lo que vuelve, de manera más o menos abierta, a confiar en la práctica profesional o en la vida para asegurar la creación de competencias. En este caso, las competencias se desarrollarían en los ámbitos laborales, sin una formación previa que contribuya a dichos logros, es decir, en la escuela se alcanza, fundamentalmente, una acumulación de conocimientos teóricos, divorciados de la práctica.
2. Acepta limitar en forma drástica la cantidad de conocimientos enseñados y exigidos para ejercer de manera intensa, en el marco escolar, su movilización en situaciones complejas. Según esta alternativa, las competencias serán desarrolladas de forma eficaz; por ende, su transferencia ocurre paralelamente a la adquisición de conocimientos y esto, obviamente, repercute en los programas de estudio, cuyos contenidos deberán ser reducidos en aras de conceder más tiempo a la vinculación teoría-práctica.

Cuba se encuentra entre los países latinoamericanos de mayor desarrollo educacional, por tanto, el tema de la formación por competencias no le es ajeno; no obstante, se necesita un proceso de maduración, de adaptación a las condiciones de nuestra sociedad. La universidad cubana debe situarse a la altura de las exigencias de los contextos donde laborarán los futuros profesionales, en aras de lograr una estrecha relación entre el encargo social y el desempeño profesional del egresado universitario, como reflejo de la cultura, los valores de la sociedad y los modos de actuación.

Según Horruitiner P. (2006, p. 208), los modos de actuación expresan una cualidad superior a la encontrada en los problemas profesionales al caracterizar integralmente el desempeño del profesional, a la vez que comprenden el saber, el hacer y el ser de ese profesional. Estos suponen la integración de los conocimientos, habilidades y valores que aseguran ese desempeño. Su dominio permite a este profesional poder enfrentar todos los problemas previamente identificados, e incluso otros nuevos, surgidos como consecuencia del desarrollo de la profesión; por ello, en la Educación Superior cubana el término modos de actuación profesional es identificado por algunos autores con el de competencias.

A partir del análisis anterior, resulta válido afirmar que los objetivos enunciados en el modelo del profesional de la carrera de Licenciatura en Turismo constituyen una visión previa de las cualidades fundamentales del profesional de turismo que exige la sociedad y, a la vez, presuponen los modos de actuación o competencias esenciales de dicho profesional.

El uso de la categoría competencia se hace además legítimo, a partir del hecho de que, en la Educación Superior cubana, los objetivos son formulados con un enfoque integral, es decir, dirigidos a la apropiación de conocimientos y habilidades, a la formación de un sistema de valores y también al desarrollo de los modos de actuación mediante la puesta en contacto del estudiante con el objeto de la profesión.

Esta circunstancia fundamenta la posibilidad de trabajar la formación de competencias desde los programas actuales, dado que la misma no exige cambios curriculares esenciales; es decir, puede realizarse en un currículo regido por objetivos y dirigido al desarrollo de conocimientos, habilidades y valores. Este proceso debe orientar los contenidos regidos por objetivos hacia la conjunción de saberes acorde con el desempeño que exige la sociedad al profesional en formación de una especialidad determinada.

En las Orientaciones Metodológicas y de Organización de la Carrera de Licenciatura en Turismo (2007, p.12), para el curso presencial, se planteó que especialmente, se utiliza la disciplina integradora y, dentro de ella, el componente laboral-investigativo para garantizar la aprehensión de las competencias profesionales por parte de los futuros egresados.

Lo anterior corrobora que en relación con la posibilidad de desarrollar competencias a partir de un currículo basado en objetivos y confirma que, a pesar de las particularidades del modelo de formación cubano, la categoría competencia forma ya parte de su sistema categorial para el quehacer científi-

co. Por otro lado, demuestra inconsistencia en relación con la manera de desarrollarla, ya que no contempla la necesidad de procedimientos metodológicos coherentes para el desarrollo de los componentes de este constructo.

Esta indagación propone la formación de una competencia específica, dentro de los marcos del actual currículo, que integre conocimientos, habilidades, valores y actitudes para favorecer el desempeño de los futuros egresados, debido a que las carencias existentes en su formación impactan negativamente su desempeño profesional en las condiciones del Polo Turístico Holguinero. El mercado turístico, en respuesta al aumento de los gastos dedicados al entretenimiento y la diversión en el mundo actual, ha evolucionado hacia ofertas de carácter experiencial (Viñals, M. y Alonso, P, 2016, p.16). Un importante sector de los turistas demanda ocasiones de vivir algo nuevo y distinto; el viajero actual está más bien abocado a la búsqueda de experiencias desconocidas y enriquecedoras que de descanso. La idea de vacaciones gira más en torno a qué experiencias vivir, lo que vas a ver o a hacer y no a dónde vas.

En la actualidad, la gestión turística ha transitado de un enfoque de producto a un enfoque de experiencia, pues el turista no se lleva consigo productos, se lleva experiencias, positivas o negativas, pero experiencias al fin. El grado de satisfacción de lo vivido por el cliente, o sea de sus expectativas experienciales, está indisolublemente ligado a referentes que lo modelan desde el punto de vista sensorial, emotivo y afectivo, los cuales reflejan asimismo toda una red de

relaciones sociales culturalmente bien definidas.

Al aceptar la manera en que la cultura configura nuestra forma de ver e interactuar con el mundo, se hace evidente también el modo en que la multiculturalidad y el multilingüismo de los turistas presentes en un destino implican variedad de gustos, costumbres y expectativas. Consecuentemente, todos los procesos de gestión y de servicios relacionados con este sector requieren la observancia de este hecho en aras de alcanzar eficiencia.

La necesidad de adaptabilidad que pide hoy el mundo del trabajo ante las nuevas fronteras del conocimiento, la variedad de sujetos con que debe interactuar positivamente el profesional de turismo para lograr un desempeño eficaz en un contexto multicultural y consecuentemente de identidades culturales compartidas, demandan al Centro de Capacitación del MINTUR, a las escuelas politécnicas y a la universidad, muy especialmente al currículo de la carrera de Licenciatura en Turismo, el desarrollo de una serie de aprendizajes concretos y transferibles a un gran número de situaciones. Es de interés para la investigación definir las vías para desarrollar el tipo de competencia propuesta desde el currículo vigente.

El plan de estudio de la carrera de Licenciatura en Turismo ofrece oportunidades para el desarrollo de contenidos relacionados con la formación por competencias. Los nuevos contenidos, necesarios para lograr este fin, pueden expresarse a través del enriquecimiento de asignaturas del currículo base y, particularmente, en asignaturas del

currículo propio; además, a través de las asignaturas optativas/electivas, con lo cual se propicia la participación activa de los discentes en la conformación de su propio plan de estudio. El proceso es enriquecido con las actividades investigativas y consolidado a través de la orientación y el control adecuado de la práctica profesional, la cual se convierte en el medio para evaluar el desarrollo de la competencia.

A modo de resumen, todo lo expuesto anteriormente sustenta la importancia de la formación de la competencia comunicativa audio-oral en la recepción hotelera y permite la preparación, actualización y desempeño del profesional como requisito indispensable para desarrollar de forma exitosa su labor, en la cual tiene que atender un cliente cada día más exigente y conocedor de los servicios turísticos.

III.2 Concepciones metodológicas para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán en el proceso de formación para el turismo en Cuba

El turismo se encuentra en pleno desarrollo y es representativo de un porcentaje elevado de las exportaciones mundiales de bienes y servicios, esto repercute tanto en las zonas emisoras como en las receptoras; en estas últimas, con mayor intensidad. La relevancia alcanzada por este sector, y las vertiginosas dinámicas que lo caracterizan, implica un perenne desafío para el encargo social planteado a la universidad debido a que se exige de la graduación de profesiona-

les cada vez más competentes en contextos diversos y cambiantes. La categoría formación ha sido estudiado por autores tales como: Addine, F. (1996), Álvarez de Zayas, R. M. (1997), Roque, M. (2003), Mc Pher-son, M. (2004), Quintero, C. (2007), Carre-ra, P.(2005), Medina, L. (2012) entre otros. Algunas concepciones metodológicas de interés son explicitadas a continuación:

- Roque, M. (2003): Se trata de un proceso generalmente desarrollado a partir de un modelo de aspiración donde se expresan las cualidades que se desea formar para un desempeño profesional competente, de acuerdo con el encargo social. Se organiza en Cuba a través de la integración de actividades académicas, laborales e investigativas, en que participan también diversos agentes educativos.
- Carrera, P. (2005): Al referirse al proceso de formación cultural e idiomática en turismo plantea que se trata de formar profesionales que conozcan la actividad turística, que piensen y actúen de forma responsable frente a los recursos naturales y culturales que posee una nación. La definición anterior resalta la necesidad de preparación de este profesional en relación con la apropiación de conocimientos y valores como expresión de la formación.
- Medina, L. (2012): Los individuos deben también contar con las capacidades sociales necesarias para un mundo globalizado, donde las interrelaciones y la interacción son la base de un desarrollo humano. Insiste en la necesidad de una sólida formación en valores que oriente la práctica de los profesionales del sec-

tor. Reconoce la necesidad de la formación de valores para el desempeño de este profesional, pero reduce la competencia a lo cognitivo, que no es más que uno de los componentes de este constructo.

El turismo pone en contacto a diferentes culturas, lo cual supone un intercambio de pautas de conducta, tradiciones, formas de vida, costumbres y hábitos de diversa índole: gastronómicos, lingüísticos, estéticos, entre otros. La formación profesional en turismo puede resultar de extrema utilidad para el desempeño de los recepcionistas hoteleros. Generalmente, el estudio de estos aspectos se centra en el impacto en la cultura local y las maneras de preservarla; sin embargo, la multiculturalidad y el multilingüismo de los turistas que nos visitan y los problemas profesionales relacionados con este fenómeno, acaecidos en el objeto de la profesión, justifican la integración del papel de la cultura en la conformación de las expectativas de los turistas a los programas de formación.

Lo anterior ratifica la necesidad de integrar las manifestaciones de la formación multicultural e idiomático-multilingüe presentes en el mercado turístico como contenido importante de la formación del profesional del turismo, pues este fenómeno histórico cultural, que ha cobrado fuerza producto de la creciente globalización y las consecuentes emigraciones, resulta común en los principales emisores de turismo hacia la Isla.

El desarrollo de los estudios superiores de turismo en Cuba, revela la manera en que el objeto de estudio ha evolucionado de un enfoque inicial centrado en la economía

hacia uno más integral. La reapertura al turismo internacional en 1972, con la perspectiva de completar el proyecto de desarrollo económico de la Isla, tuvo una significativa repercusión económica y social. El crecimiento favorable en el número de visitantes y la prosperidad de los ingresos, coadyuvaron a que el gobierno cubano valorara la posibilidad de explotar esta rama con más fuerza.

La formación inicial de estos profesionales del turismo se realizó bajo las orientaciones de la generación de los planes, así denominados por ser los primeros surgidos bajo la conducción del Ministerio de Educación Superior (MES), en 1976. Estos planes fueron concebidos sobre la base de perfiles muy estrechos con una estructuración interna de las carreras en especialidades.

La Licenciatura en Gestión Hotelera fue creada en 1986, ante la urgencia de nuevos profesionales para el turismo, provocada por los cambios económico-sociales que tenían lugar en el país vinculados al desarrollo de este sector. La actual carrera de Licenciatura en Turismo se inició en el curso académico 2003-2004 con cursos regulares diurnos (CRD), en las universidades de La Habana, Matanzas, Ciego de Ávila y Holguín, con posterioridad fue impartida en la Universidad Central de las Villas y en la Universidad de Oriente.

El surgimiento de la misma está ligado a importantes transformaciones sociales y económicas que tuvieron lugar en el país a partir del año 2000, y dada la necesidad de priorizar el turismo como uno de los perfiles vinculados al desarrollo económico actual y prospectivo del país.

Los centros de Formación para el Turismo (FORMATUR) a partir del año 1998 dieron un vuelco positivo en este proceso formativo y desarrollaron un magnífico trabajo basado en el sistema piramidal modular (módulos específicos a vencer por especialidades) ya más perfeccionado y adaptado a la realidad y las exigencias de la dinámica actual del turista del siglo XXI, también se logró mayor organización y control. El tema idioma alemán era aspecto vital de análisis y necesario ya que la atención se centraba más en los idiomas inglés y francés.

En la Universidad de Holguín la carrera Licenciatura en Turismo se encuentra insertada en la Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, y es atendida por el Departamento Docente de Turismo. La carrera ha transitado por tres planes de estudios, los primeros cinco años con el Plan C, desde el curso 2007-2008 se aprobó por el MES el Plan D para las dos modalidades, el CRD y la EDA, y el Plan E que está vigente actualmente. La alta casa de estudios, responsabilizada con la formación de los futuros Licenciados en Turismo que se desempeñarán en el Polo Turístico de la región, para ser consecuente con su encargo social, no ha obviado la diversidad de orígenes de los turistas que visitan el país. Estos proceden de distintos contextos, con referentes culturales diversos y, en consecuencia, responden de distintas maneras ante propuestas semejantes, por lo cual exigen una atención diferenciada acorde a sus características socio-culturales. El desempeño eficaz de los futuros profesionales en las distintas esferas de actuación de este contexto demanda la formación de una competencia dirigida al tratamiento de la multiculturalidad y el multilingüismo.

En el año 2016 se reestructuró el Sistema de Capacitación y Formación para el Turismo y se estableció el Centro de Capacitación del MINTUR, el cual ha jugado un papel preponderante en la formación y capacitación del personal calificado para el trabajo en el turismo.

III.3 Estado actual de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán de los recursos humanos en la recepción del hotel Brisas Guardalavaca

A continuación se presenta el resultado de un diagnóstico para caracterizar el proceso de comunicación audio-oral entre los recursos humanos de la recepción del hotel Brisas Guardalavaca y el CGP.

A la llegada del CGP

El saludo y la bienvenida se produjeron en idioma inglés. La entrevista semi-estandarizada se aplicó al Gerente, Jefe de Recursos Humanos, Jefe de Relaciones Públicas, Comercial y Gobernanta del hotel, estos consideran que el mercado emisor germano-parlante en el hotel es de suma importancia. El nivel de repitencia de este cliente es muy bajo. Los motivos más frecuentes de quejas son: conversaciones en voz alta y música estridente; escaso uso del alemán en la comunicación; no correspondencia de precios con calidad del servicio; pocas ofertas. El nivel de competencia comunicativa en idioma alemán de los trabajadores de la recepción del hotel con los CGP fue evaluado de mal. Coincidieron en la necesidad de

la preparación del personal de la recepción en la cultura del CGP.

Encuesta a representantes

Los resultados fueron: La estancia de los clientes en el hotel variaba de dos a quince días; Los recepcionistas se comunican con sus clientes en inglés y no en alemán porque lo desconocen. Las principales causas de quejas en el hotel están referidas a: conversaciones en voz alta y música estridente; ruidos que causan molestias; poco ambiente caribeño; la comunicación mayormente es en inglés; las cartas menú no están en alemán; tardanza en el servicio; no correspondencia de precios con calidad del servicio; pocas ofertas enfocadas al CGP.

Preparación idiomática

En cuanto a la forma de preparar idiomática y culturalmente a los trabajadores para ofertar el servicio al CGP, manifestaron que: se necesita ofertas de cursos en la Escuela de Turismo; impartir cursos obligatorios de formación de guías en alemán en temporada de baja turística; establecer el dominio del alemán como requisito laboral para la recepción en el hotel donde este mercado se encuentre entre los primeros lugares de arribo.

Las principales causas de quejas de los CGP fueron señaladas como: no se habla en idioma alemán; el ruido ambiental; la calidad del alojamiento; y desconocimiento de la cultura del CGP. Las recomendaciones de los CGP fueron: garantizar una red para

evitar la entrada de aves en los restaurantes; mayor información sobre los bares y restaurantes; que se utilice el idioma alemán; mejorar la limpieza de las habitaciones y el funcionamiento de los equipos; ofertar cursos en español para los CGP; y Mejorar la condimentación de la comida.

Las principales insuficiencias desde lo teórico y posteriormente constatadas en la práctica permitieron conocer que existe una situación desfavorable que entorpece el normal funcionamiento de la recepción, y luego formular el problema científico a partir de ella. Estas insuficiencias limitan la satisfacción del cliente germano parlante durante su estadía en el hotel.

IV. ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA COMUNICATIVA AUDIO-ORAL EN IDIOMA ALEMÁN DEL PERSONAL DE RECEPCIÓN EN EL HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

Este apartado aborda en primer lugar la estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán a seguir y posteriormente se explicita su aplicación parcial en el hotel Brisas Guardalavaca.

IV.1 Concepción de la estrategia

La estrategia que se propone en esta investigación se estructura en cuatro componentes esenciales: objetivos, etapas, metas y acciones por las que transcurre el proceso de desarrollo de la competencia comunica-

tiva audio-oral en alemán, acciones que deben cumplirlos grupos implicados así como las orientaciones para su aplicación. Está dirigida a los trabajadores de la recepción de los hoteles. Su aplicación se puede realizar de forma flexible de acuerdo a las necesidades particulares que se manifiesten en la formación en idioma alemán.

Objetivo general de la estrategia: Favorecer el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca, de forma que responda a una mejor satisfacción del cliente germano parlante.

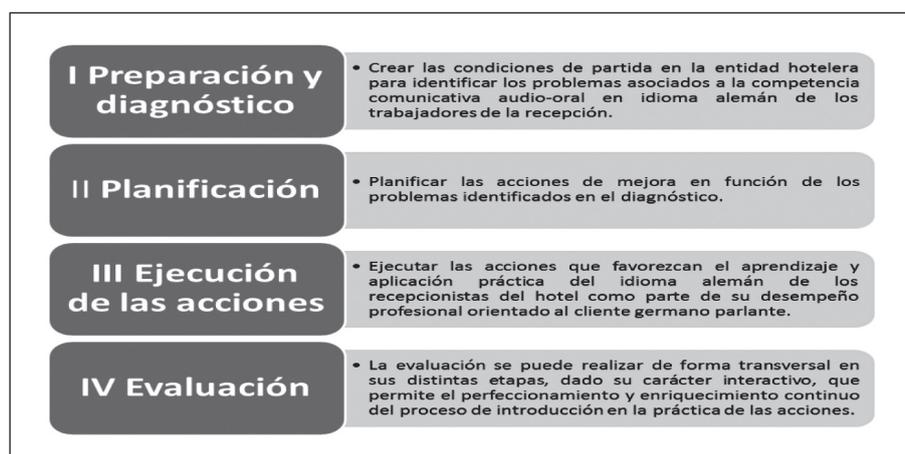
Misión: La estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción en el hotel Brisas Guardalavaca es el documento rector que establece los principios en los que se basa el quehacer del proceso de recepción para mejorar la satisfacción del CGP, caracteriza los principales problemas asociados a la competencia comunicativa audio-oral de este tipo de personal y propone las vías e instrumentos para su prevención, solución o minimización, con vistas a mejorar la satisfacción del CGP, lo que contribuye al cumplimiento de la misión de la entidad hotelera.

Visión: Alcanzar un estadio superior en la satisfacción del CGP, con un uso eficaz de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán de los recepcionistas del Hotel Brisas Guardalavaca.

Los **objetivos específicos de la estrategia son:**

Figura 1

Estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción



FUENTE: Elaboración propia.

1. Establecer el escenario y diseñar las acciones que conduzcan al desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán en los trabajadores de la recepción en el Hotel Brisas Guardalavaca.
2. Contribuir a la prevención y la solución de los principales problemas asociados a la satisfacción del CGP, lo cual incluye la erradicación paulatina de las insuficiencias detectadas en el Hotel Brisas Guardalavaca.
3. Establecer prioridades y líneas de acción en la entidad hotelera que sirvan de base al trabajo y la proyección en la atención al CGP del destino turístico holguinero.

Los grupos implicados son directos: recepcionistas del Hotel Brisas Guardalavaca,

docentes de la carrera de Licenciatura en Turismo y Profesores y Especialistas del Centro de Capacitación del Turismo de recepción hotelera; indirectos: funcionarios y trabajadores del Polo Turístico Holguinero. La estrategia posee cuatro etapas (fig. 1).

IV.2 Valoración de la implementación parcial de la estrategia en el Hotel Brisas Guardalavaca

La estrategia fue presentada y valorada de muy positiva en la carrera de Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo de la Universidad de Holguín, a los profesores que prestaban servicio en la carrera de Filosofía e Historia y al Centro de Capacitación del MINTUR en Holguín.

En el curso 2015-2016, la labor se inició presentándose la propuesta al Comité Académico de la Maestría en Gestión Turística y luego al Consejo de Dirección de la Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo. Fue un espacio de debate donde se argumentó la importancia para la carrera de la competencia (profesional del recepcionista hotelero en lo que concierne al plurilingüismo y al multilingüismo, lo que significa que no solo es conocer dos o tres idiomas sino también tener la capacidad de pasar de un idioma a otro donde el cliente entienda claro y rápido y se solucione su situación) multilingüe. Fueron emitidas algunas sugerencias de interés que sirvieron para enriquecer los resultados de la investigación.

Como segundo paso se presentó la estrategia a la Dirección del Hotel Brisas Guardalavaca. La mayoría de las interrogantes y dudas versaron sobre cuál debía ser la metodología más apropiada para desarrollar una competencia en un currículo regido por objetivos. Consecuentemente, se presentaron materiales de contenido pedagógico y se explicó que como parte de la estrategia, se realizarían también preparaciones metodológicas y contactos directos con CGP.

La investigación alcanzó matices de investigación-acción participativa a partir del momento en que se valoró con los recepcionistas hoteleros los aspectos más significativos de la estrategia. Estos mostraron gran interés por el tema de la diversidad cultural de los distintos mercados emisores, a la vez que se motivaron por los amplios espacios ofrecidos para su participación y creatividad en el proceso formativo, en particular, a través de la investigación y la elaboración de propuestas sobre la actividad turística.

Al inicio de la implementación parcial de la estrategia en la práctica se aplicó una prueba de entrada para determinar el dominio de los núcleos de conocimientos referentes a la cultura germánica y el dominio del idioma alemán en el Hotel Brisas Guardalavaca, se planteó que la aspiración inicial sería alcanzar un buen nivel A2 en correspondencia al Marco Europeo de Referencia para el Aprendizaje de las Lenguas vinculado al trabajo del recepcionista hotelero. La prueba de entrada fue aplicada a 25 recepcionistas y personal vinculado al Front office para un 100% de participación. Los resultados son explicitados a continuación:

1. Consideraron acertadamente como países con una sola lengua oficial, a Francia y Alemania; con dos idiomas a Canadá; la mayoría erró respecto a España, Bélgica y Suiza
2. No se apreció la diferencia entre multilingüismo y plurilingüismo
3. Insuficiente noción de la geografía alemana y de su división político administrativa. El dominio sobre el tema se reducía al conocimiento de algunas ciudades como Berlín, Frankfurt y Bonn.

Los resultados cuantificables de la prueba fueron insuficientes, el 52.94% obtuvo calificación de 3 puntos y 47.06% desaprobaron el ejercicio. Esta prueba, además de determinar el nivel real del dominio de los contenidos por parte del grupo, sirvió de incentivo, pues les demostró que estaban lejos de alcanzar el nivel esperado para un profesional de turismo en sus distintas esferas de actuación y, especialmente, los que trabajan

en la recepción de un hotel, el cual debe ser capaz de tomar en consideración las características culturales de los visitantes para poder satisfacer la variedad de expectativas y exigencias generadas por una clientela multilingüe.

Durante el desarrollo de la estrategia y la implementación del programa de idioma alemán se produjeron cambios en la actitud y el conocimiento de los recepcionistas, mostraron avances en la comprensión del fenómeno de la formación cultural, sus causas y la necesidad de un tratamiento diferenciado que conlleve a la satisfacción del cliente, en especial al CGP.

El proceso de transformaciones se manifestó con gran intensidad. Los integrantes del grupo de recepcionistas realizaron interesantes propuestas que incluían excursiones, espectáculos culturales, estrategias de ventas y de servicios, donde estuvieran presentes CGP.

Al final de la implementación parcial en la práctica, se realizó la prueba de salida con el objetivo de valorar los avances del grupo en relación con el desarrollo del aprendizaje de la cultura germánica y del idioma alemán. En la respuesta a la primera pregunta, la totalidad pudo explicar la cantidad de CGP arribados al hotel, este es un objetivo logrado por el desarrollo de investigaciones realizadas por los recepcionistas en los registros documentales de los archivos de esta instalación hotelera del Grupo Cubanacán.

Respecto a la segunda pregunta, la mayoría de los integrantes del grupo aportó suficientes elementos. En especial, coincidieron

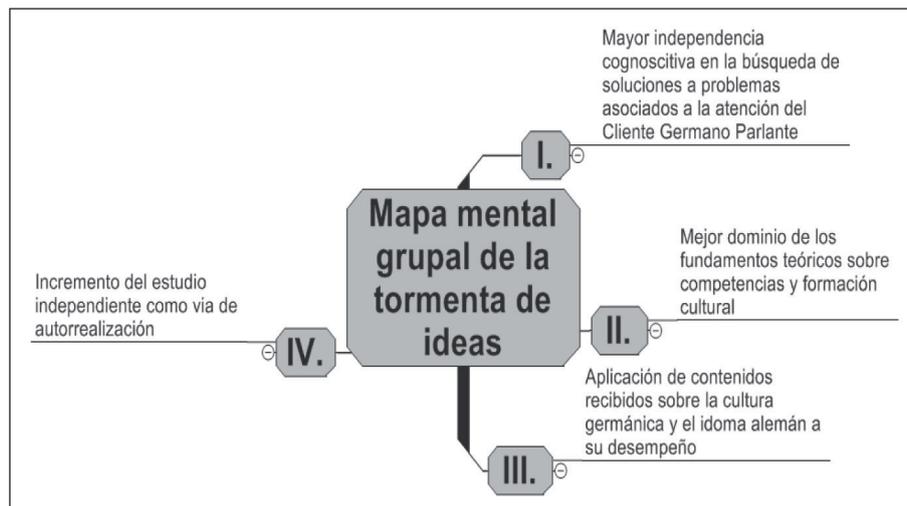
en que entre el idioma inglés y el alemán existen rasgos fonéticos coincidentes, pues el inglés tiene una base germánica y éste, a su vez, indoeuropeo. En la tercera pregunta respondieron poder atender a un CGP en el check in y check out con la preparación idiomática recibida. La cuarta pregunta fue la que más dificultades presentó, pues algunos presentaron dificultades en la conjugación del verbo reservieren.

Los resultados de la prueba de salida fueron muy positivos; 32,35% de los recepcionistas obtuvieron calificación de cinco, 52,93% de ellos alcanzaron notas de 4 puntos y solo 14,79% de ellos aprobaron el examen con 3 puntos. Al realizarse la comparación de los resultados académicos obtenidos en la prueba de entrada y la prueba de salida, es necesario resaltar que la prueba de entrada solo midió contenidos generales, mientras que la prueba de salida estuvo dirigida a la medición del desarrollo de la formación cultural a partir del dominio del multilingüismo y, en especial, del idioma alemán en su desempeño profesional.

Es necesario resaltar que, en la primera prueba, el 47,06% de los recepcionistas desaprobaron y el resto, el 52,94%, solo alcanzó la condición de aprobado con tres puntos. En la prueba de salida todos aprobaron; pero, además, el 85,29% de ellos obtuvieron notas de 4 y 5 puntos. Para conocer las opiniones del grupo sobre el impacto que en ellos tuvo la implementación parcial en la práctica de la propuesta, se realizó un fórum grupal en el que se abordaron los siguientes temas:

1. Nivel de satisfacción por los contenidos recibidos sobre idioma alemán

Figura 2
Principales transformaciones logradas



FUENTE: Elaboración propia.

2. Impacto del desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral para el desempeño de su profesión
3. Sugerencias para perfeccionar la labor.

Los funcionarios del hotel reconocieron las transformaciones que se están operando y la capacidad para resolver problemas profesionales. A la vez, evaluaron de positiva su participación en el proceso, reconocieron los progresos que han logrado en relación con contenidos con un enfoque multilingüe, incluyendo un mayor conocimiento de la cultura germana. Por último, mediante una tormenta de ideas realizada se determinó que las principales transformaciones, estas se muestran a continuación.

De forma general la implementación parcial de la estrategia logró cambios visibles

en el grupo de recepcionistas del Hotel Brisas Guardalavaca y permitió la transformación del conocimiento de un estado real a un estado deseado lo que contribuyó a sentar las bases para la auto-transformación sistemática de estos recursos humanos.

V. CONCLUSIONES

El análisis del marco teórico-conceptual y práctico en el marco de esta investigación demostró que el proceso de desarrollo del profesional de turismo debe incluir la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán, de manera que las exigencias del encargo social que se formula a este tipo de profesional sean cada vez más satisfechas. El análisis realizado reveló que las contribuciones fundamentales en la enseñanza del idioma alemán para fines ocupacionales

requieren de la elaboración de estrategias que faciliten el aprendizaje y suplan las carencias de instrumentaciones prácticas que favorezcan la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán.

La conformación de una estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de la recepción del hotel Brisas Guardalavaca, compuesta por cuatro etapas: preparación y diagnóstico, planificación, ejecución de las acciones, y evaluación, se distingue por las relaciones que permiten dar atención a la motivación, conocimiento desde la orientación, participación, interacción y cooperación que se propician por las condiciones del entorno profesional. De este modo se dinamiza la colaboración que contribuye al auto-perfeccionamiento sistemático de la comunicación audio-oral.

La aplicación parcial de la estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en idioma alemán del personal de recepción en el hotel Brisas Guardalavaca contribuyó a desarrollar las potencialidades para favorecer las transformaciones en la atención al cliente germano parlante en la recepción, lo que permite dar respuesta al problema definido en la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- ADDINE, F. (1996). Alternativa para la organización de la práctica laboral investigativa en los ISP. (Tesis doctoral). La Habana, Cuba.
- ALLAN, J. (1996). Learning outcomes in higher education. *Studies in Higher Education*, 21(1), 93-108.
- ÁLVAREZ DE ZAYA, RM. (1997). Hacia un currículo integral y contextualizado. Editorial Universitaria. Tegucigalpa.
- AVILÉS C., OCHOA M., CASTELLANOS M. (2016). Procedimiento de gestión del conocimiento para favorecer el desempeño ambiental en empresas constructoras. (Tesis de Maestría). Instituto de Tecnologías y Ciencias Aplicadas, La Habana, Cuba.
- AZZE A., OCHOA M. (2017). La gestión ambiental del turismo de naturaleza en la Villa Mirador de Mayabe, Cuba. *Revista Interamericana de ambiente y turismo RIAT*, 13 (1), 1-10.
- CARRERA, P. (2005). Diseño del Sistema académico por competencias de la Escuela de Turismo y Hospitalidad de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. *Gestión turística*, (13), 113-127, Ecuador.
- CEJAS, E. (2006). *La formación de competencias laborales: proyecto de diseño curricular para el técnico en Farmacia Industrial. (Tesis doctoral)*. Instituto Superior Pedagógico Enrique José Varona, La Habana, Cuba.
- DE EUROPA, C. (2002). Marco común europeo de referencia para las lenguas. *Strasburgo: Consejo de Europa, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte/Instituto Cervantes*.
- GONZÁLEZ B. (2016) Procedimiento general para la gestión ambiental integral en el hotel Brisas Covarrubias de Las Tunas. (Tesis de la Especialidad en Gestión Hotelera). Universidad de Holguín, Cuba.
- Horruitiner, P. (2006) La Universidad Cubana: el modelo de formación. Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba, P. 206-249.
- MACHÍN ARMAS, PEDRO ANTONIO. (2008). *El desarrollo de la competencia comunicativa audio-oral en Inglés del personal de recepción hotelera en el sector del Turismo*. (Tesis de maestría). Instituto Superior Pedagógico "José de la Luz y Caballero", Holguín, Cuba.

- MC PHERSON, S.M. (2004). *La dimensión ambiental en la formación inicial del docente en Cuba. Estrategia para su incorporación.* (Tesis doctoral). Instituto Superior Pedagógico "Enrique José Varona". La Habana, Cuba.
- MEDINA, L. (2012). Gestión de la innovación curricular: La Educación Superior en turismo frente a los cambios de la docencia. *Estudios multidisciplinares en Turismo* Vol.1 201-237.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (2009). Plan de estudio de Licenciatura en Turismo. La Habana, Cuba.
- NORMA CUBANA 3000. (2007). *Sistema de gestión integrada del capital humano - Vocabulario.* Oficina Nacional de Normalización, Cuba, p. 4.
- ORIENTACIONES METODOLÓGICAS Y DE ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO. (2007). Departamento de Turismo, Universidad de Holguín, Cuba, p.12, portador digital.
- P. SASTRE, A. REY, C. BOUBÉE, A. (2010). Un cambio en la concepción de enseñanza- aprendizaje: formación superior basada en competencias. Facultad de Agronomía, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Bs. As. -Azul, Argentina. P. 567 -576.
- PERRENOUD, P. (2002). D'unemétaphore à l'autre: transférerou mobiliser sesconnaissances?. In *L'énigme de la compétence en éducation* (pp. 45-60). De BoeckSupérieur.
- QUINTERO, D.C. (2007). *Contribución de la enseñanza de la historia a la formación ambiental de los Profesores Generales Integrales de Secundaria Básica.* (Tesis doctoral). Instituto Superior Pedagógico de Las Tunas, Cuba.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, O. (2008). *Metodología Integradora para el Desarrollo de la Competencia Metalingüística en los Estudiantes de la Carrera Licenciatura en Educación, Especialidad Lengua Inglesa.* (Tesis doctoral). Universidad de Camagüey, Cuba.
- ROQUE M, M. (2003). *Estrategia educativa para la formación de la cultura ambiental de los profesionales cubanos de nivel superior, orientada al desarrollo sostenible.* (Tesis doctoral). Instituto Superior Pedagógico de La Habana, Cuba.
- VIÑALS, M. J. y ALONSO, P. (2016). Técnicas y estrategias para desarrollar el turismo experiencial en humedales. *Investigaciones Turísticas*, (12), 1-22. <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2016.12.01>
- WITORSKI, R. (1997). *Analyse du travail et production de compétences collectives.* Editions L'Harmattan.