



Universidad Autónoma del Estado de México

Centro Universitario UAEM Texcoco

## TESIS

“Actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo del  
Centro Universitario UAEM Texcoco hacia el idioma inglés”

Que para obtener el título de:

Licenciada en Turismo

Presenta:

Mitzi Lourdes Rodríguez Escalona

Asesor de tesis:

Dr. Juan Carlos Monterrubio Cordero

Revisores:

L. en T. Javier Pérez Díaz

M. en E. Emmanuel Ruíz Zamora

Texcoco, Estado de México

Febrero, 2016

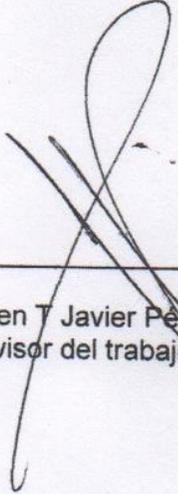
Texcoco, Méx. a 23 de Noviembre de 2015

M. EN C. E. VIRIDIANA BANDA ARZATE  
SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM  
TEXCOCO.  
PRESENTE:

AT'N LIC. EN I. A. CINTHYA TERESITA ISLAS RODRÍGUEZ  
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN

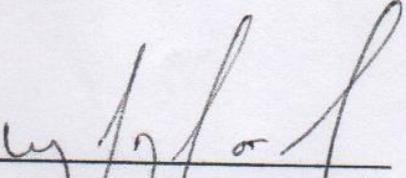
Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "Actitudes de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco hacia el idioma inglés" que para obtener el título de Licenciada en Turismo presenta la sustentante Rodríguez Escalona Mitzi Lourdes, con número de cuenta 1024747 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo continuar con la etapa de digitalización del trabajo escrito.

ATENTAMENTE



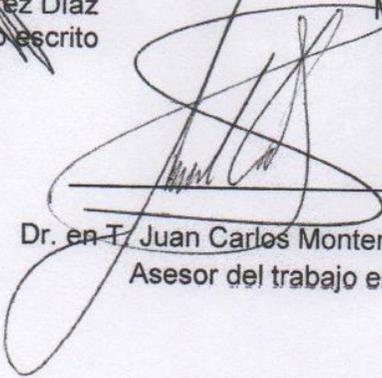
---

L. en T. Javier Pérez Díaz  
Revisor del trabajo escrito



---

M. en Ed. Emmanuel Ruiz Zamora  
Revisor del trabajo escrito



---

Dr. en T. Juan Carlos Monterrubio Cordero  
Asesor del trabajo escrito

c.c.p. Mitzi Lourdes Rodríguez Escalona.  
c.c.p. Dr. en D. Ricardo Colín García – Director del Centro Universitario UAEM Texcoco.  
c.c.p. Lic. en I. A. Cinthya Teresita Islas Rodríguez – Responsable del Departamento de Titulación.



## AGRADECIMIENTOS

A Dios, por iluminar mi mente, llenarme de sabiduría, por su gran misericordia y amor para poder llegar a este momento.

A la Universidad Autónoma del Estado de México mi alma máter a través del CUTex, en quien tuve la grandiosa oportunidad de formar la persona que soy ahora y por las facilidades proporcionadas para llegar a esta meta.

Al Doctor Juan Carlos Monterrubio, por su valiosa participación, esfuerzo y dedicación. Por sus conocimientos, su paciencia y persistencia a lo largo de este camino hacia la meta.

Al Profesor Javier, por enseñarme el verdadero espíritu de un Licenciado en Turismo, por su gran trabajo como docente, por su apoyo y dedicación para este trabajo de investigación. Gracias por dar un ¡sí! a pesar de sus diferentes ocupaciones.

Al Profesor Emmanuel, por permitirme conocerlo, por sus conocimientos, su dedicación y esfuerzo para la realización de mi más grande sueño.

A la Maestra Lizet, a quien admiro como persona y docente de esta maravillosa licenciatura, quien con su persona ha inspirado grandes cosas en mí.

A mis profesores a lo largo de esta etapa formativa, la universidad. Por los conocimientos y vivencias transmitidas mediante sus clases, las cuales me invitaban a disfrutar cada vez más de la licenciatura y de este gran fenómeno llamado Turismo.

Agradezco también a quien tuve la oportunidad de conocer como amigos a lo largo de mi formación como Licenciada en Turismo, en especial a mi gran y mejor amiga Rebe, quien compartió conmigo grandes momentos y experiencias.

A mi segundo hogar, la Universidad de Guadalajara, quien me permitió complementar mi formación en un contexto diferente al de origen, a todas esas grandes personas quienes me acogieron en mi paso por esta gran Universidad, a los profesores Norma Celina, Juan Pablo y Roberto Moreno a quien admiro bastante, y agradezco la transmisión de conocimientos y vivencias.

A quien me impulsó a lo desconocido, quien me creyó capaz de ser quien soy hasta ahora, a quien me hizo fuerte después de tanto, por motivarme a escribir este trabajo para mi titulación.

A todos aquellos que contribuyeron y me apoyaron para lograr este trabajo de investigación, mediante su participación. ¡Gracias LTU's!

¡MUCHAS GRACIAS!

## DEDICATORIAS



A mi hija: mi motivo más grande de vida, mi motor e impulso para lograr esta meta. Por estar conmigo, por ser para mi una razón más de ser lo que hasta ahora soy.

Mis logros son tuyos e inspirados en ti Ily, hago nuestro este un triunfo y quiero compartirlo por siempre contigo.  
¡Te amo!

A mis hermanos: Alfonso, Ingrid y Andrea, por su apoyo incondicional para poder culminar con esta meta, por su atención, cariño y amor hacia Ily durante este tiempo. ¡Los quiero!

A mi madrina y tía Nazita quien me ha apoyado incondicionalmente, por “estar” siempre conmigo y acompañarme en cada logro y fracaso.  
¡Te quiero mucho!

A mi mejor amiga Rebe, por ser como eres. Por compartir conmigo no sólo mis momentos felices, sino también los peores. No sé qué haría sin ti en mis momentos de locura.

A mis padres, que me han heredado el tesoro más valioso que puede dársele a un hijo: amor y educación. A quienes sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme. ¡Muchas gracias, los amo!

A quienes desde el cielo me apoyaron.

A mi familia entera, a todos los Escalona y Rodríguez, por no dejar de creer en mí, por su gran apoyo y palabras de aliento.

A mi gran profe Ramón, por brindarme su apoyo no solo en química y matemáticas. Por ser un ángel y una excelente persona y dedicarme de su tiempo para platicar conmigo cuando necesitaba ser escuchada.

## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL</b> .....	3
Usos del idioma inglés.....	3
<i>EFL English as a Foreign Language</i> .....	3
<i>ESL English as a Second Language</i> .....	4
<i>ELF English as a Lingua Franca</i> .....	5
Actitudes hacia el idioma inglés.....	12
<b>CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL</b> .....	21
La Universidad Autónoma del Estado de México.....	21
El Centro Universitario UAEM Texcoco.....	23
El idioma inglés en la licenciatura en turismo del CUTex.....	28
<b>CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO</b> .....	36
Problemática.....	36
Objetivos.....	36
<i>Objetivo general</i> .....	36
<i>Objetivos específicos</i> .....	37
Justificación.....	37
Métodos cualitativos.....	38
<i>Técnicas en los métodos cualitativos</i> .....	40
Observación.....	40
Entrevista.....	40
<i>Entrevista en profundidad</i> .....	41
<i>Técnicas grupales</i> .....	42
<i>Grupos focales</i> .....	42
Métodos cuantitativos.....	45

<i>Técnicas en los métodos cuantitativos</i> .....	46
<i>Encuesta</i> .....	46
<i>El cuestionario</i> .....	47
<i>Censo</i> .....	47
<i>Métodos mixtos</i> .....	51
<i>Descripción del proceso</i> .....	53
<i>Etapa cualitativa</i> .....	54
<i>Etapa cuantitativa</i> .....	55
<b><u>CAPÍTULO 4. HALLAZGOS</u></b> .....	58
<i>Perfil de los informantes en etapa cualitativa</i> .....	58
<i>Perfil de los informantes en etapa cuantitativa</i> .....	59
<i>Razones por las que no cursan inglés</i> .....	60
<i>Actitudes hacia el inglés (por componente)</i> .....	62
<i>Componente cognitivo</i> .....	62
<i>Componente afectivo</i> .....	67
<i>Componente conductual</i> .....	70
<b><u>CONCLUSIONES</u></b> .....	74
<b><u>FUENTES DE CONSULTA</u></b> .....	78
<b><u>ANEXOS</u></b> .....	85
<i>Anexo. 1 Instrumento para grupos focales</i> .....	85
<i>Anexo. 2 Instrumento de registro para grupos focales</i> .....	86
<i>Anexo. 3 Instrumento para encuesta</i> .....	87
<i>Anexo. 4 Proceso de ejecución de un censo (INEGI, s/f)</i> .....	91
<i>Anexo. 5 Formato de Excel para vaciado de resultados de encuestas</i> .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

<u>Tabla n.1 Actitudes hacia el inglés según diferentes estudios</u> .....	19
<u>Tabla n. 2 Características del perfil de ingreso a la Licenciatura en Turismo</u> .....	25
<u>Tabla n. 3. Distribución del número de créditos de la licenciatura en turismo por núcleo</u> .....	27
<u>Tabla n. 4. Distribución de aspirantes, alumnos aceptados, alumnos egresados y alumnos titulados en la licenciatura de turismo</u> .....	28
<u>Tabla n. 5 Descripción de nivel C</u> .....	31
<u>Tabla n. 6 Descripción de nivel C1</u> .....	31
<u>Tabla n. 7 Descripción de nivel C2</u> .....	32
<u>Tabla n. 8 Descripción de nivel D</u> .....	32
<u>Tabla n. 9 Descripción de nivel D1</u> .....	33
<u>Tabla n. 10 Descripción de nivel D2</u> .....	33
<u>Tabla n. 11 Descripción de Inglés gramatical</u> .....	34
<u>Tabla n. 12 Descripción de curriculum de niveles C, D lengua inglesa, en Modelos de Innovación Curricular</u> .....	35
<u>Tabla n. 13 Ventajas y desventajas del método de investigación cualitativo</u> .....	39
<u>Tabla n. 14 Ventajas y desventajas del método de investigación cuantitativo</u> .....	45
<u>Tabla n. 15 Grupos focales</u> .....	54
<u>Tabla n. 16 Cuestionarios</u> .....	56
<u>Tabla n. 17 Perfil de los estudiantes dentro de la etapa cualitativa</u> .....	59
<u>Tabla n. 18 Perfil de los estudiantes dentro de la etapa cuantitativa</u> .....	59

<u>Tabla n. 19 Habilidades del idioma inglés.....</u>	69
---	----

## ÍNDICE DE CUADROS

<u>Cuadro n. 1 Ámbito de desempeño profesional de la Licenciatura en Turismo..</u>	26
<u>Cuadro n. 2. Cuadro comparativo acerca de las clases de inglés Curricular/DAL y CELe, cursos sabatinos o intersemestrales.....</u>	66

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<u>Grafica n.1. Razones por las cuales no estudian ningún nivel de inglés.....</u>	61
<u>Grafica n.2. Alumnos que asisten a cursos de inglés fuera de la universidad.....</u>	71
<u>Grafica n.3. Alumnos que escuchan música en inglés.....</u>	72
<u>Grafica n.4. Alumnos que ven películas en inglés.....</u>	72

## INTRODUCCIÓN

La importancia del inglés en el mundo hoy en día es indiscutible debido a los alcances de la globalización. Este idioma toma la función de instrumento para la comunicación, acercamiento y entendimiento entre diferentes personas alrededor del mundo. El aumento de la actividad turística en el país, y considerando la importancia que el turismo representa para la economía de México, exige la necesidad de una mayor preparación por parte de los profesionales en turismo, sobre todo de aquellos que al laborar necesitarán hacer uso del idioma inglés tanto como una herramienta de comunicación intercultural como una competencia lingüística basada en el dominio del mismo idioma.

A pesar de la importancia del idioma inglés para el profesional en turismo, así como la enseñanza de este idioma como lengua extranjera, existen otras variables psicosociales o socio afectivas que repercuten en el aprendizaje del alumno. Ejemplo de dichas variables es el caso de las diversas actitudes hacia el idioma por parte de los estudiantes, las cuales se revisarán a lo largo de esta investigación.

Tras la revisión de diferentes estudios existentes que se han realizado con respecto a las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés, se pueden rescatar algunos como el de Lasagabaster (2004) quien mediante grupos de discusión en España encontró dentro de su investigación actitudes positivas, siendo estas variadas en cuanto a la importancia del mismo dentro del contexto mundial, así como en la vida cotidiana, la obtención de su título y mejoramiento del nivel de competencia en inglés. De manera similar, Norris-Holt (2002) en Japón mostró como resultados de su investigación una serie de actitudes en su mayoría positivas hacia el inglés, sobre todo porque a los alumnos les agrada aprender este idioma. Por su parte, Lin, H y Warden, C. (1998) en Taiwán mediante una encuesta reportó como resultados que los alumnos pueden poseer temor y sentimientos desagradables hacia el aprendizaje del inglés, mientras que Tsuda (2003) en Japón señala dentro de su investigación que no les agrada el inglés ya

que no tienen otra motivación para aprender este idioma más que obtener sus créditos.

Después de la revisión de algunos estudios realizados, se debe reconocer que la información con respecto a las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés es muy diversa y limitada, pues ésta depende de diferentes factores como lo son la nacionalidad, edad, género, cultura, condiciones sociales, educativas y lingüísticas, así como la línea de estudio a la que estén enfocados los estudiantes; por ello y para realizar propuestas concretas de acción, se requieren estudios en contextos específicos. En el caso de la Universidad Autónoma del Estado de México no se cuenta aún con ningún estudio sistemático dentro del CUTex que revele con tal precisión o fundamentación de manera empírica cuáles son las actitudes de los alumnos del centro hacia el idioma inglés.

Por consiguiente el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar las actitudes que tienen los estudiantes de la licenciatura en turismo hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Para tales fines, el trabajo se ha estructurado de la siguiente manera:

El Capítulo 1 presenta información relevante acerca de los usos y la importancia del idioma inglés, sobre todo en el sector turístico y el papel que juega este idioma en los programas de estudio de turismo. Así mismo presenta información acerca de las actitudes, los componentes de las mismas y las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés. El Capítulo 2 aborda información acerca de la Universidad Autónoma del Estado de México, el Centro Universitario UAEM Texcoco (CUTex) y sobre el idioma inglés dentro de la licenciatura en turismo en este centro universitario. Por su parte, el Capítulo 3 presenta, justifica y describe el estudio en término de los métodos y técnicas adoptadas, exponiendo la problemática encontrada para dicha investigación, así como los objetivos que persigue y la justificación de la misma, también expone una breve descripción de los diferentes métodos (cualitativos, cuantitativos y mixtos), las ventajas y desventajas que ofrecen, así como las diferentes técnicas que se pueden emplear en cada uno de estos. Por último el Capítulo 4 da a conocer los hallazgos del estudio en término

de los objetivos planteados en esta investigación; presenta de manera concreta información acerca de los informantes y detalla los resultados del trabajo de campo, con el fin de analizar cuáles son las actitudes que mostraron los alumnos de la licenciatura en turismo del CUTex hacia el idioma inglés, en sus tres componentes, afectivo, cognitivo y conductual.

## **CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL**

Este capítulo tiene como objetivo presentar información relevante acerca del idioma inglés. Para tal efecto, primero se expondrán los diferentes usos que adquiere el idioma (*English as a Foreign Language*, *English as a Second Language*, *English as a Lingua Franca*), así como la importancia del idioma sobre todo en el sector turístico y el papel que juega este idioma en los programas de estudio de turismo. También se presentará información acerca de las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés.

### **Usos del idioma inglés**

El idioma inglés en la actualidad tiene diferentes usos. Dentro de estos se encuentran EFL *English as a Foreign Language* (inglés como lengua extranjera), ESL *English as a Second Language* (inglés como segundo idioma) y ELF *English as a Lingua Franca* (inglés como lengua franca) (Harmer, 2007). Aunque muchas veces estos términos parecen ser sinónimos, cada uno de ellos tiene una particularidad que los distingue de los demás (Mansfield y Poppi, 2012).

### **EFL English as a Foreign Language**

En este uso el inglés tiene la particularidad de que es aprendido en clases de manera formal. Algunos manejan como sinónimo de EFL: L2, lengua no nativa, lengua secundaria o lengua no dominante. La enseñanza de este idioma como lengua extranjera conlleva todo un método de enseñanza/aprendizaje como una materia común (Da Silva y Signoret, 2005).

EFL ha tenido distintas adopciones. La enseñanza del inglés como lengua extranjera en México, por ejemplo, se presenta en las diferentes escuelas, pero ahora se muestra necesario a partir de preescolar. Dentro del Programa Nacional de Inglés en Educación Básica (PNIEB), la Secretaría de Educación Pública (SEP) indica que el inglés forma parte del área de desarrollo curricular y surge en el marco de la Reforma Integral de la Educación Básica en el año 2009 (Rueda y Wilburn, 2014).

Por otra parte, dentro de la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras se requiere la existencia de espacios para la interacción social, que permitan al estudiante la práctica de esta lengua (Álvarez, 2011). Por ello algunas universidades ofrecen el aprendizaje de lenguas extranjeras ya sea dentro de sus centros de lenguas extranjeras, como es el caso del Instituto Politécnico Nacional, o incluso como programa de educación superior (Licenciatura en Lenguas) en la Universidad Autónoma del Estado de México, y hasta en posgrado como la Maestría en Enseñanza del Inglés como lengua extranjera dentro de la Universidad de Guadalajara (Universidad de Guadalajara (s/f) y el Instituto Politécnico Nacional (s/f). Todo esto es con el fin de desarrollar a nivel profesional la enseñanza de lenguas extranjeras, y la investigación que en estos campos existe en México.

### ESL English as a Second Language

Además de numerosos países en donde el inglés es la lengua materna, este idioma se habla como segunda lengua en gran parte de otros. El término *English as a Second Language* (ESL) se utiliza para designar la enseñanza/aprendizaje del inglés, cuando este idioma desempeña una función comunicativa importante dentro de un país adicionalmente a lengua madre o primera lengua.

Canadá es un claro ejemplo donde se utilizan dos lenguas, ya que se habla el francés y el inglés debido a que en ese territorio se sentaron raíces de dos sociedades: una inglesa y otra francesa. Por esta razón se adoptó en 1969 la Ley de lenguas oficiales, en la cual el gobierno canadiense declara el inglés y el francés lenguas oficiales de Canadá y se les garantizaba una categoría de

igualdad de derechos y privilegios (Casamada, s/f), mediante una serie de iniciativas para promover ambas lenguas dentro de la sociedad canadiense (Absolut Canadá, s/f).

Otro ejemplo es República Dominicana donde el idioma oficial es el español, sin embargo debido a la presión cultural originada por Estados Unidos, se habla también el inglés normalmente por americanos, la clase alta y los inmigrantes que asientan el país (StudyLands, s/f).

### ELF English as a Lingua Franca

*Lingua franca* es un término italiano que significa "lengua de los francos". Este término tuvo su origen en la Edad Media cuando el comercio con el sur de Francia hizo que esta lengua fuese utilizada por ambas comunidades para entrar en contacto. Hoy en día, se determina como *lingua franca* a aquella lengua que es utilizada por motivos prácticos entre individuos que no son nativos de una misma lengua (Lorenzo, 2006).

A lo largo de la historia diferentes lenguas han adoptado por diversos factores el papel de *lingua franca* en alguna parte del mundo, tal es el caso del arameo por migraciones en Asia occidental, el griego por conquistas militares, el latín con el imperio romano, el árabe con el califato islámico, etc. El idioma inglés es actualmente la *lingua franca* (Lorenzo, 2006). El uso de este idioma en la comunicación internacional se debe al poder económico y político de potencias mundiales en donde se habla este idioma, entre ellos Estados Unidos. El inglés es entonces una herramienta fundamental para la comunicación internacional así como para los intercambios comerciales, la ciencia, la información, los viajes, el turismo, entre otros (Wardhaugh, 1992).

El uso de distintos idiomas, pero principalmente el inglés, es muy relevante dentro del turismo. Esto se debe a que el inglés sirve como medio de comunicación y comprensión entre el prestador de servicios y el turista, permitiendo la interacción entre los mismos. Asimismo el inglés es de gran importancia para el prestador de servicios pues es uno de los principales criterios para contratación (Sayed y Muhammad, 2012).

El manejo del idioma inglés como *lingua franca* dentro del turismo destaca como medio de comunicación internacional en el ámbito empresarial (Alonso, 2006). Esto permite reconocer en los profesionales en turismo a la necesidad de un aumento de habilidades dentro del manejo del idioma, generando así una competitividad laboral.

El aumento de la actividad turística en el país, y considerando la importancia que el turismo genera para la economía del mismo, exige la necesidad de una mayor preparación por parte de los profesionales en turismo. A modo de ejemplo, se tiene que hasta mediados de 2014 México ha recibido aproximadamente 19,302,000 de turistas internacionales, los cuales representan un ingreso económico al país de \$11,130.7 millones de dólares (Datatur, s/f).

Es por ello que estos profesionales, sobre todo aquellos que planean laborar o laboran a nivel operativo dentro del sector, necesitan hacer uso del idioma inglés como idioma común para los turistas de modo personal, aplicado, práctico, inmediato y directo, ya que son ellos quienes deberán enfrentarse personalmente a hablar, entender, escribir y leer ese idioma para su trabajo diario, al tratar con los clientes por teléfono, cara a cara o por escrito.

El inglés es una herramienta fundamental para la comunicación intercultural en el turismo. La mayoría de las veces dicha comunicación se desarrolla en los destinos turísticos, al formar una comunicación fundamental entre los visitantes de distintos perfiles culturales y el prestador de servicio. Los profesionales en turismo por consiguiente necesitan conocimientos socioculturales sobre otros países. Esto ayuda para la comprensión de la diversidad cultural y así evitar problemas de comunicación al tratar diariamente a clientes de diversos países. Deben conocer sus costumbres, necesidades y lo más posible sobre sus países de origen, así como la cultura propia para poder transmitir e informar al turista acerca de los aspectos del país por los que sienta curiosidad (Alonso, 2006), uno de estos elementos de la cultura propia es el idioma en sí.

La relevancia de la comunicación intercultural<sup>1</sup> como competencia radica en la necesidad del aprendiz de otra lengua de conocer la cultura de los hablantes de la misma. Por ello, el profesional en turismo debe poseer un conocimiento de las diferencias culturales entre la cultura extranjera y la propia y ser capaz de solucionar problemas interculturales.

Específicamente, el profesional en turismo debe adquirir una competencia lingüística basada no solo en el saber técnico especial del inglés para el turismo, sino en la especificidad cultural. Esto supone la creación de una conciencia y el desarrollo de capacidades interculturales con el fin de transmitir de modo personal y profesional a los turistas información acerca de patrimonio natural y/o cultural. Esto exige de manera inmediata el manejo de lenguas extranjeras entre ellas y principalmente el inglés (Alonso, 2006) como *lingua franca*.

Adicionalmente, el inglés resulta una exigencia en el ámbito laboral turístico, la cual se vincula con los requerimientos que la sociedad y el propio turista en su proceso de desarrollo generan, así como a las exigencias de la globalización e intercambios en el mercado. Aunado a ello, el idioma inglés promueve mayores oportunidades de empleo y competitividad de los profesionales, no solo nacional sino internacionalmente (Kirigin, s/f).

Las nuevas exigencias profesionales y personales piden la formación de sujetos con manejo de un segundo idioma, caso específico el inglés, que es valorado como lengua comercial o comodín (Alonso, 2006). El dominio de este idioma es un elemento clave ya que permite al profesional adquirir nuevos conocimientos, habilidades, competencias y destrezas, lo cual lo hace más competitivo en el mercado laboral y por otra parte alcanzar un triunfo laboral así como una elevada condición social y económica (España, 2010).

---

<sup>1</sup>La comunicación intercultural se trata de una comunicación donde se intercambian datos que son significados, evaluados e interpretados desde dos o más "ámbitos" culturales diferentes puesto que se da justamente en la interacción (Rizo y Romeu, 2006).

La comunicación intercultural puede ayudar a crear una atmósfera que promueva la cooperación y el entendimiento entre las diferentes culturas, y posee características especiales que le pueden permitir realizar tal función (Asunción-Lande, s/f).

Por tanto, debido a la importancia que el inglés tiene en el ámbito profesional, las instituciones educativas juegan un papel fundamental. Sus egresados en un futuro deberán insertarse dentro de la estructura laboral y del dominio del idioma inglés, sobre todo a aquellos que buscan un trabajo operativo les permitirá tener acceso a determinados puestos, desenvolverse en sus actividades, así como enriquecer su comunicación con diferentes clientes de idiomas distintos (Varela, 2007); en otras palabras, el dominio del idioma inglés les permitirá ser más competentes.

Esta competencia exige a las universidades poner mayor énfasis en la formación de los alumnos como profesionales bilingües y que puedan desarrollar individuos efectivos y eficaces ante el mundo. Por tanto la vinculación del idioma inglés con el resto de los saberes considerados por la universidad deben reflejarse en las políticas y planes educativos con el fin de garantizar una educación integral, afectiva y eficaz para el estudiante.

Como ejemplo se tiene a nivel internacional que Costa Rica dentro de su plan global institucional 2004-2011 analiza la importancia de la inclusión de cursos de inglés ante un mundo globalizado así como herramienta fundamental para vincularse al mercado laboral. Por su parte a nivel nacional México cuenta en sus 31 estados y el D.F por lo menos con una escuela a nivel superior que oferta la Licenciatura de Turismo o programas a fines, dentro de las cuales se oferta como lengua extranjera el inglés con el fin de permitir una mayor comunicación así como garantizar que al finalizar su carrera los profesionales deberán contar con una facilidad del manejo del inglés permitiéndole desarrollarse en el ambiente profesional (Sectur, s/f).

En la actualidad el aprendizaje del inglés dentro de la carrera de turismo es fundamental por la necesidad de comunicación (Rosas, 1997). Además, es una herramienta de información dentro de las preocupaciones y exigencias de la mundialización, es por ello que dentro de la sociedad el manejo de este idioma es considerado un pilar en el currículo del universitario (España, 2010).

El profesional en turismo debe adquirir este idioma como una competencia basada en el uso del inglés para el turismo, que permita el desarrollo de sus habilidades

dentro de su área de trabajo, por tanto, para un guía, un recepcionista o un prestador de servicios en el aeropuerto, el idioma es fundamental para la comunicación con los viajeros internacionales.

Así pues, dentro del ámbito turístico el manejo de diferentes idiomas, particularmente el inglés, se ha convertido en una necesidad muchas veces vista como una exigencia nueva ante los cambios de la globalización. Sin embargo también es una herramienta básica que permite al profesional desarrollar sus destrezas y habilidades dentro de sus actividades, desde información, investigación, etc. hasta la gestión y promoción de actividades turísticas, por ejemplo en la actualidad hay distintas fuentes de información como artículos o manuales que aparecen escritos en idioma inglés, por otra parte, en eventos como congresos, convenciones, simposios incluso en eventos de promoción de algún destino turístico, el hablar el idioma inglés es de gran importancia.

Dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje del idioma inglés, se han identificado algunas fortalezas y limitaciones. Algunas de ellas fueron examinadas por Cano (2005) en la Secretaría de Educación de Jalisco; entre las limitaciones se encuentran:

1. Falta de preparación académica del docente que imparte la asignatura del idioma inglés.
2. No se cumple el perfil que debe tener el docente que es contratado para impartir la asignatura del idioma inglés.
3. Existen profesores que son contratados sólo porque hablan inglés sin respaldo de estudios académicos al respecto.
4. Los docentes no tienen estudios que respalden el dominio de la asignatura en la enseñanza del idioma inglés.
5. Algunos docentes que tienen certificación por estudios cursados en la enseñanza del idioma inglés son designados para ocupar puestos de coordinadores o directores de área.

6. Bajo presupuesto para el pago de maestros capacitados en la enseñanza del idioma inglés.
7. En ocasiones un docente cubre ambos turnos para impartir la asignatura del idioma inglés.
8. Los contenidos de los programas así como las estrategias de enseñanza del idioma inglés son repetitivos, ya que desde la educación básica hasta la licenciatura, el verbo “to be” está presente.
9. En el nivel de posgrado sólo se requiere del “dominio” del inglés para la traducción de textos.
10. Falta de motivación en los estudiantes para aprender el inglés.

Y como fortalezas acerca del aprendizaje del idioma inglés, España (2010) muestra:

1. A los alumnos que aprenden el idioma, les ayuda a crear mayor oportunidad de empleo.
2. Genera una mayor competitividad en mercado laboral, en el que se quiera desempeñar.
3. Permite fortalecer su formación de una manera integral.
4. Genera una plurifuncionalidad profesional en su desempeño.
5. Crea una competencia lingüística entre profesionales.
6. Es una herramienta para la búsqueda de información.
7. Sirve como instrumento para lograr una comunicación afectiva entre personas de distintos idiomas.
8. Ayuda al manejo de nuevas tecnologías.
9. Se muestra determinante para una transmisión cultural de cualquier país.
10. Es de gran utilidad para negociaciones, ayuda para sostener un país con un crecimiento económico y mejoramiento social.

Es factible pensar que parte de estas fortalezas y limitaciones radiquen en parte en las técnicas metodológicas dentro del aula. Debido a la importancia del aprendizaje del inglés, se han desarrollado diferentes métodos para la enseñanza del mismo. Rosas (1997) define “Método” como un conjunto de procedimientos o técnicas sistemáticos utilizados para lograr un aprendizaje. Los métodos y materiales de enseñanza con fines turísticos deben evidenciar las necesidades de aprendizaje de los estudiantes, así como los adelantos de la ciencia (Pérez et al, 2011).

Navarro y Piñeiro (2011) hacen mención de algunos métodos para la enseñanza de una lengua extranjera, entre ellas por supuesto el inglés. Mencionan como métodos tradicionales el método de traducción gramatical o método clásico, el método directo, así como el método audio-lingual, método de respuesta física total, método natural y por último la sugestopedia<sup>2</sup>. Por su parte dentro de los métodos recientes, mencionan la enseñanza del lenguaje en forma comunicativa, la instrucción basada en el contenido, así como el aprendizaje cooperativo, la programación neurolingüística, la teoría del aprendizaje del conocimiento académico, lenguaje completo, y los estilos de aprendizaje. Cada uno de estos métodos trae consigo diferentes técnicas que aplican los profesores dentro del aula, y por su puesto cada uno aporta diferentes enseñanzas y resultados para los alumnos.

Por tanto, para el aprendizaje del idioma inglés se determinan diferentes enfoques metodológicos. Estos se encuentran enfocados a las necesidades del alumno. Rosas (1997) menciona que aunque desde hace algún tiempo han existido estos distintos enfoques para la enseñanza del inglés como lengua extranjera, prácticamente todos los materiales de enseñanza del inglés (Oxford, Cambridge, Richmond, etc) están basados en el enfoque comunicativo o funcional, el cual está

---

<sup>2</sup> La Sugestopedia según el Dr. Lozanov (1971) la considera como una ciencia de la comunicación que pretende emerger a la conciencia ciertos factores sugestivos inconscientes, en el proceso comunicativo del aprendizaje. Parte de una doble hipótesis, donde el ser humano posee reservas que no explota y que el medio ambiente ejerce sobre él, una acción sugestiva de la cual no tiene verdaderamente conciencia (Trejo Y Us, 2010).

relacionado al uso que se le da al lenguaje, basado en las necesidades comunicativas del estudiante (Rosas, 1997).

Estos enfoques son ideas o teorías que se aplican a la enseñanza del inglés. Meza y Turci (2007) mencionan el enfoque comunicativo, el cual surge con el propósito de mejorar la situación de la enseñanza de lenguas extranjeras en Europa. Este enfoque tiene su mayor contribución en cambiar el énfasis de la enseñanza de las lenguas extranjeras de lo gramatical a lo funcional, por tanto, considera que la lengua es un medio de comunicación, donde la enseñanza debe estar centrada en el estudiante, como constructor de su aprendizaje. El papel que juega el profesor es como facilitador de aprendizaje y no el líder del proceso de instrucción, lo que genera un desarrollo de competencias comunicativas en el estudiante.

### Actitudes hacia el idioma inglés

A pesar de la importancia del idioma inglés para la competencia laboral y las habilidades interculturales del profesional en turismo, así como los métodos y enfoques que se utilizan para la enseñanza de este idioma como lengua extranjera, existen otras variables psicosociales o socio afectivas que repercuten en el aprendizaje del alumno. Ejemplo de dichas variables es el caso de las diversas actitudes hacia el idioma por parte de los estudiantes, las cuales son diversas.

Las actitudes pueden ser definidas de diferentes maneras, algunos autores las definen como:

- Constructos teóricos destinados a definir la relación entre el sujeto y un objeto que puede ser físico o social (Espí y Arzumendi, 1996).
- Ideas con un tono emocional dirigido hacia algo o contra algo (De la Mora, 1977).
- “Constructos hipotéticos”, entendidos como procesos o entidades que se supone que existen pero no son observables (Gargallo et al, 2007).

- Son organizaciones duraderas de creencias en torno a un objeto o una situación, las cuales predisponen a reaccionar preferentemente de una manera determinada (Milton, R citado en Aigner, s/f).
- Disposiciones comportamentales adquiridas (Harre y Lamb citado en Castaño, 2005).

Estas definiciones se derivan de dos vertientes, una concepción mentalista (vistas como disposición mental), y otra como concepción conductista (consideradas como respuesta hacia algo), de ahí que la definición de las actitudes es una controversia. Pese a esto, para efectos de esta investigación, las actitudes serán entendidas como ideas o disposiciones afectivas y comportamentales hacia un objeto, persona, grupo, suceso, situación, etc.

Los seres humanos tenemos diversas actitudes hacia diferentes objetos y/o situaciones. Las actitudes se caracterizan por ser experiencias subjetivas, las cuales derivan términos evaluativos y pueden ser expresadas por medio del lenguaje o los actos de la persona (Castaño, 2005; Gargallo et al, 2007). Como ejemplo se tiene la actitud de las personas ante el gobierno, que muchas veces se ve reflejada en el seguimiento hacia un grupo político o en los actos vandálicos hacia el mismo.

También pueden ser sentimientos particulares hacia algo, y muchas veces suponen la forma de actuar de una persona. Esto es debido a que las actitudes dependen de una posición que se adquiere por medio de una experiencia o un prejuicio; por ejemplo, una persona pudo haber adquirido una actitud de odio hacia cierto grupo racial debido a que fue robada por una persona morena perteneciente a dicho grupo, lo cual le quedó marcado por una experiencia vivida. Esto crea prejuicios hacia personas de dicho grupo social. Esto sugiere otras características de las actitudes, que pueden ser o no racionales o emocionales, deseables o no deseables (De la Mora, 1977). Por otra parte las actitudes pueden hablar de una predisposición o postura relativamente estable de una persona, con el simple hecho de inferir en la conducta del sujeto (Espí, y Arzumendi 1996). En otras palabras, muchas veces las actitudes de una persona se crean a partir de una

predisposición, por ejemplo, con las verduras, ya que muchas personas dicen que saben feo, por tanto los niños suelen decir que no les gustan porque saben feo cuando ni siquiera las han probado.

Las actitudes se forman por efecto de muchas fuerzas que funcionan simultáneamente. Se desarrollan de formas complejas, por eso en muchas ocasiones es imposible rastrear todas las raíces de una actitud especial (De la Mora, 1977). De manera general se habla de actitudes positivas, negativas o neutras (Espí, y Arzumendi 1996), sin embargo, no podemos determinarlas de tal forma, pues no podemos saber si son buenas o malas ya que las actitudes son subjetivas.

Por otra parte, Richards, Platt y Platt (citado en Lasagabaster, 2004) parten de las definiciones de actitud para poder centrarse en el campo de la enseñanza de lenguas para definir las “actitudes lingüísticas” como aquellas actitudes que los hablantes de diferentes lenguas o variedades lingüísticas diferentes tienen respecto a las lenguas ajenas o a su propia lengua (Lasagabaster, 2004).

Las actitudes desde el campo de la lingüística tienden a convergir el estudio general de las actitudes de forma general con el planteado desde la psicología social formando un estudio de las actitudes hacia las lenguas, variedades y variantes lingüísticas, etc (Rojo, 1979). La definición de una actitud lingüística desde la sociolingüística es: “manifestación de la actitud social de los individuos, distinguida por centrarse y referirse específicamente tanto a la lengua como al uso que de ella se hace en la sociedad”, según Moreno (citado en Patiño, 2013).

Según Janés (citado en Patiño, 2013), las actitudes lingüísticas son aquellas actitudes que se manifiestan ante las lenguas, las cuales se concretan en un comportamiento individual, pero su origen se debe buscar en factores sociales (Patiño, 2013). Por tanto, se ha destacado la necesidad de conocer las actitudes hacia las lenguas como objeto de estudio y tendencia curricular por parte de la sociedad y la relación con las actitudes y motivaciones hacia las lenguas (Rojo et al, 2005).

Las actitudes poseen naturalmente sus propias estructuras. Para explicar con mayor claridad dicha estructura, Aignerren (s/f) menciona que son estudiadas por dos escuelas, la escuela del componente único (o unidimensional) y la escuela de los componentes múltiples (o multidimensional).

La escuela del componente único señala que una actitud es solo una tendencia a evaluar un objeto o constructo positiva o negativamente. Por otra parte, la escuela de los componentes múltiples conceptualiza la estructura de las actitudes mediante un modelo tridimensional o también llamado de tres componentes.

En la escuela de los componentes múltiples, el primer componente es el afectivo; éste es también llamado afectivo-evaluativo y ha sido considerado como fundamental de una actitud ya que muestra la dimensión del sentimiento de agrado o desagrado y evaluación respecto a los objetos (lo emocional). Por ejemplo, a Rafael le gusta el inglés y el francés ya que desde niño ha practicado estos idiomas y a Diana le agrada el inglés ya que su mamá quien vivió en Inglaterra le enseñaba a hablarlo todos los días de pequeña.

El segundo componente es el cognitivo, el cual se fundamenta en conocimientos, refiere creencias, opiniones, percepciones, ideas y la valoración concreta acerca de un objeto de actitud. Se obtiene por la información que se tiene sobre un objeto, por tanto un objeto no conocido no puede generar actitudes. Tal es el caso de un estudiante japonés el cual opina que el inglés no es tan importante en Asia como lo es el Chino o el propio Japonés, o bien no todos aceptan que el inglés sea tan importante en el mundo para tomarlo como *lingua franca*, por tanto depende de la opinión que se tomó para formar una actitud diferente.

Finalmente el tercer componente es el conductual (conativo o comportamental) que muestra las tendencias a reaccionar, disposiciones o intenciones a actuar hacia los objetos de actitud, este componente cubre tanto sus intenciones de conducta como sus acciones respecto al objeto de actitud (Castaño, 2005; Espí, y Arzumendi 1996; Gargallo et al, 2007; Aignerren, s/f; Uribe, 2006). La actitud de agrado o desagrado hacia los turistas muchas veces es notoria sobre todo en algún atractivo turístico, puesto que la gente suele reaccionar diferente, algunos

les ofrecen ayuda mientras que otros prefieren hacerse a un lado. O bien otro ejemplo es el de los estudiantes a quienes les desagrada el inglés, su manera de comportarse dentro de la clase de esta materia no es igual que para otra que sea su materia favorita, pues lo demuestran muchas veces en su comportamiento.

Dentro del proceso de aprendizaje de una lengua extranjera, las actitudes son fundamentales para comprender la importancia y el valor que se le da a la misma lengua. Por ello Pascual et al. (citado en Lasagabaster, 2004) establecen una serie de categorías en las que se pueden clasificar las actitudes hacia otro idioma. Estas categorías son las siguientes:

- **Lingüísticas:** argumentos al idioma inglés en función del contexto sociolingüístico. Se incluyen dentro de esta categoría aquellos argumentos en los que se busca un deseo de mejorar la competencia lingüística en una lengua ya estudiada con anterioridad en la escuela. Como ejemplo se puede tener a una persona a la cual le parece buena idea estudiar el idioma ya que le gustaría mejorar su nivel de competencia en inglés o porque le parece más fácil aprender inglés que francés.
- **Culturales:** argumentos de carácter antropológico, identitario, educativo, de la tradición histórica, del sistema de valores, etc. Estas actitudes denotarían por tanto un deseo de acercamiento no solo a la lengua sino a su cultura y sus diversas expresiones culturales como la literatura, el arte, la música, el cine, etc.; como ejemplo se pueden citar aquellas personas a las que les gusta la música en inglés y les da curiosidad por entender qué es lo que dicen las canciones o bien aquellas que les agrada leer libros en inglés.
- **Sociológicas:** en función de la potencialidad comunicativa de la lengua, uso social, expectativas de usuarios o utilidad sobre los viajes. Se trata de destacar la utilidad del idioma inglés como medio de comunicación en distintos contextos, redundando en un beneficio comunicativo dentro de otros lugares que pueden ser fuera de su residencia. Ejemplo son aquellas personas que piensan que el estudiar el idioma inglés es útil ya que al lugar donde viajan les agrada platicar con los extranjeros, o aquellas que creen

que es útil para la búsqueda de información, ya que muchas veces las fuentes de información se encuentran en inglés.

- Económicas: desde la perspectiva de su rentabilidad práctica en el mundo laboral, profesional o comercial. Es decir, estas actitudes denotan una percepción de grado de prestigio del inglés por su utilidad social inmediata, que es la económica. También incluyen un reconocimiento social y la obtención de ventajas económicas. A modo de ejemplo se puede citar a aquella persona que para lograr un puesto de trabajo requiere del idioma inglés.
- Afectivas: con respecto a las experiencias estéticas de los alumnos o posibles beneficios lingüístico-personales. En esta categoría destacan las cualidades que le suponen al idioma inglés y sobre todo que incitan su aprendizaje. Tal es el caso de aquellas personas a las que les gusta y les parece interesante el idioma o cualquier otra lengua.
- Políticas: apoyadas en el dominio que ejerce el idioma en la actualidad y su imposición como lengua franca. Se enmarcan aquí cuestiones de carácter ideológico de los estudiantes, así como conflictos basados en la imposición de este idioma para su estudio, ejemplo son aquellas personas quienes se ven en la necesidad u obligación de aprenderla.
- De imposición: por las necesidades impuestas para titulación en las que una segunda lengua es obligatoria. O bien que sea la única opción de idioma a estudiar dentro de la escuela, incluso aquellos alumnos que hubiesen preferido tomar otro idioma y no cuentan con esa posibilidad y por tanto estudian por obligación el inglés.

La importancia de las actitudes hacia el idioma inglés como lengua extranjera ha ganado especial atención en la investigación social. A través de diferentes estudios que se han realizado con respecto a las actitudes hacia el idioma inglés por parte de los estudiantes en diferentes partes del mundo se han encontrado diferentes hallazgos.

Lasagabaster (2004) realizó un estudio en España dentro de la Facultad de Filología y Geografía e Historia, de la Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibertsitatea por medio de grupos de discusión. En esta universidad los estudiantes tienen la oportunidad de elegir entre diferentes idiomas a cursar dentro de su formación. En este contexto se hizo una investigación acerca de las razones por las cuales los estudiantes eligieron el inglés como lengua extranjera, en el cual se logró rescatar de los estudiantes actitudes positivas hacia este idioma, siendo estas muy variadas en cuanto a la importancia del mismo idioma dentro del contexto mundial, así como en la vida cotidiana, la obtención de su título, mejoramiento del nivel de competencia en inglés, el aprendizaje de un tercer idioma dentro de su país además del castellano y euskera. Asimismo se agregan otros motivos personales como su gusto por el idioma inglés, su interés por el mismo, igualmente mayor conocimiento acerca de costumbres y tradiciones anglosajonas.

Lin, H y Warden, C. (1998) realizó otro estudio con estudiantes de Taiwán con el fin de identificar algunas de las causas que pueden haber influido en el efecto de aprendizaje de inglés para los estudiantes en ese país. Los alumnos eran de nueve clases de inglés, de diferentes especialidades en una universidad donde todos los sujetos habían estudiado inglés formalmente durante seis años en escuelas secundaria y preparatoria. El cuestionario constaba de dos partes, la primera sección de la encuesta analizó las causas que pueden haber influido en el aprendizaje del inglés y en las perspectivas sobre el aprendizaje del mismo, mientras que la segunda sección investigó sentimientos de los alumnos y las experiencias de aprendizaje anteriores en mayor detalle. De acuerdo con el estudio, las respuestas que se obtuvieron fueron negativas puesto que los estudiantes reflejan algunos temores y sentimientos desagradables hacia el aprendizaje del inglés como: miedo a que se rían de ellos debido a la pronunciación imprecisa, a cometer errores gramaticales, a los exámenes y a un castigo físico.

Por su parte, Norris-Holt (2002) Investigó las actitudes de los estudiantes japoneses hacia el estudio del inglés. Se examinaron medidas actitudinales tales

como los niveles de interés de los estudiantes, los hábitos de estudio y la utilidad percibida de inglés. El propósito de este estudio fue examinar las actitudes de los estudiantes hacia el estudio de inglés y determinar las diferencias que puedan surgir durante el período de seis años de la enseñanza secundaria. Los resultados que se obtuvieron fueron positivos dado que algunas actitudes y percepciones de los estudiantes permanecen estáticas y muy pocas son las que cambian.

Tsuda (2003) realizó la continuación a un estudio presentado en la 8ª Conferencia Internacional sobre Comunicación Intercultural en Hong Kong en el año 2002 sobre las actitudes de los estudiantes japoneses hacia el aprendizaje del idioma inglés. El estudio pasado muestra actitudes negativas por parte de los estudiantes hacia el inglés, por tanto en esta investigación Tsuda analiza por qué no les gusta estudiarlo, mediante la comparación de las actitudes de los estudiantes y la revisión de sus comentarios en un cuestionario para estudiantes de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Tokai Gakuen.

A continuación se presenta una tabla que resume los estudios anteriormente mencionados.

Tabla n.1 Actitudes hacia el inglés según diferentes estudios.

Autor	Lugar	Actitudes descubiertas	Técnica de investigación
<b>Lasagabaster (2004)</b>	España	Actitudes positivas hacia el idioma inglés, siendo estas muy variadas en cuanto a la importancia del mismo dentro del contexto mundial, así como en la vida cotidiana, la obtención de su título, mejoramiento del nivel de competencia en inglés.	Grupos de discusión
<b>Lin, H y Warden, C. (1998)</b>	Taiwán	Resultados demuestran que los alumnos pueden poseer temor y sentimientos desagradables hacia el aprendizaje del inglés.	Encuesta

<b>Norris-Holt (2002)</b>	Japón	Sus resultados al examinar a estudiantes fueron de actitudes positivas en su mayoría hacia el inglés, sobre todo porque les agrada aprender este idioma.	Cuestionario
<b>Tsuda (2003)</b>	Japón	No les agrada el inglés ya que no tienen otra motivación para aprender este idioma más que pasar sus créditos. Por tanto estos estudiantes no están satisfechos con su aprendizaje del idioma, pues a ellos les gustaría aprender el inglés solo con fines internacionales o como lingua franca, más no como hablantes nativos.	Cuestionario

Fuente. Elaboración propia.

Después de una revisión de algunos estudios realizados, es necesario precisar que la información con respecto a las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés es muy diversa y limitada, pues ésta depende de diferentes factores como son la nacionalidad, edad, género, cultura, condiciones sociales, educativas y lingüísticas, así como la línea de estudio a la que estén enfocados los estudiantes. Además se diversifica en el uso, las habilidades de estudio, utilidad y el propósito que se le dé al idioma inglés. Esto exige analizar las actitudes hacia el inglés desde contextos muy específicos para ayudar en la toma de decisiones particulares.

## **CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL**

Este capítulo tiene como objetivo presentar información acerca del contexto en el que se llevará a cabo la investigación. Para tal efecto, se expondrá información acerca de la Universidad Autónoma del Estado de México, el Centro Universitario UAEM Texcoco (CUTex) y sobre el idioma inglés dentro de la licenciatura en turismo en este centro universitario.

### **La Universidad Autónoma del Estado de México**

La Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) tiene su origen en 1828. Fue fundada como Instituto Literario del Estado de México el cual se ubicaba en Tlalpan (entonces capital del estado). En 1943 se promovió a Toluca, actual capital del Estado, como Instituto Científico y Literario Autónomo (ICLA), y para 1956 el entonces presidente Lic. Adolfo López Mateos ordenó que se convirtiera en la Universidad Autónoma del Estado de México la cual permanece actualmente con este nombre.

La rectoría de esta universidad se encuentra ubicada en Instituto Literario #100 Col. Centro en Toluca, Estado de México y su Ciudad Universitaria en el cerro de Coatepec, de igual forma en la capital del Estado. En esta Casa de Estudios actualmente se ofertan un total de 123 licenciaturas, 45 especialidades, 42 maestrías y 16 doctorados en sus distintos espacios académicos (21 facultades, 10 centros universitarios, 6 unidades académicas profesionales, 2 institutos de investigación, la escuela de artes escénicas, la extensión académica Tejupilco y sus 9 escuelas preparatorias) (Olvera, 2015).

La UAEM tiene el compromiso de abordar distintas áreas de conocimiento. Busca que estas áreas mejoren las condiciones de vida y aborden los diferentes problemas, demandas sociales y avances científicos y tecnológicos (Ruiz, 2010). Para ello esta casa de estudios adoptó desde el año 2004 el modelo de innovación curricular, el cual permite que el alumno desarrolle habilidades críticas y tenga la capacidad de solucionar problemas, tanto en un contexto teórico-disciplinar como social, dentro de una articulación equilibrada del saber (conocimientos), saber hacer (procedimientos) y saber ser (valores) (Medina y Espinoza, s/f).

Este modelo surge a partir de la necesidad de dinamizar el proceso de formación profesional con el fin de atender las demandas actuales, y se desarrolla a partir de cuatro componentes principales:

- Una estructura sistemática del proceso formativo en el plano institucional.
- La orientación de la formación profesional
- El modelo de enseñanza aprendizaje
- El modelo de evaluación curricular

El primer componente es una estructura sistemática del proceso formativo del nivel profesional en el plano institucional. Este engloba el respeto de la organización tanto en escuelas como facultades, promueve una mayor comunicación e integración de conocimiento, y busca trabajar bajo un esquema común, el cual opera mediante un sistema de créditos en cualquiera de las distintas carreras profesionales que oferta. Esto a su vez permite que el alumno tenga decisión sobre su proceso de formación al elegir el número de materias a cursar por semestre, eligiendo su carga académica. También posee flexibilidad en la elaboración de planes y programas de estudio, así como con programas de apoyo curricular, tales como tutoría e intercambio académico.

El segundo componente, la orientación de la formación profesional, engloba competencias profesionales genéricas, con el fin de manejar conocimientos declarativos (conocimiento de datos, hechos, conceptos y principios) procedimentales (ejecución de procedimientos, estrategias, técnicas, habilidades, destrezas y métodos) y actitudinales (actitudes y valores que deben ser explícitos en el curriculum escolar) así como la asunción de valores personales, profesionales y sociales, pensamiento crítico comunicación y representación aprendizaje y auto-regulación. Engloba también núcleos de formación, los cuales se dividen en básico, sustantivo e integral.

El tercer componente, el modelo de enseñanza aprendizaje, incorpora propuestas fundamentadas en el aprendizaje activo y la creación de comunidades de aprendizaje y trabajo. Por último, el cuarto componente, el modelo de evaluación

curricular, considera que la evaluación depende del grado de aplicación así como los resultados obtenidos y los factores que inciden sobre la calidad de los mismos (Medina y Espinoza, s/f). Actualmente, la universidad en conjunto con sus escuelas preparatorias, centros académicos y centros universitarios, entre ellos el CUTex, se rigen bajo este modelo.

### El Centro Universitario UAEM Texcoco

El Centro Universitario UAEM Texcoco se encuentra ubicado en Av. Jardín Zumpango s/n, el Tejocote en el Estado de México, dando cobertura a los municipios de Chicoloapan, Chimalhuacán, Chiconcuac, Ixtapaluca y Texcoco, principalmente, los cuales se localizan en la zona Metropolitana de la Ciudad de México (Pacheco et al, 2012).

Su origen se remonta al año de 1984 cuando la UAEM inició un programa de desconcentración con el propósito de vincular a la Universidad con el desarrollo de la entidad, llevando servicios educativos hacia zonas potencialmente receptoras de educación superior. En un primer momento se determinaron cuatro puntos geográficos para esta primera etapa dentro del Estado de México los cuales fueron: Atlacomulco en la zona norte, el Valle de Cuautitlán-Texcoco en el norte del valle de México, Amecameca-Chalco en la zona oriente y Temascaltepec-Tejupilco en la zona sur del Estado (Pacheco et al, 2012).

En 1995 se crea la Unidad Académica Profesional Texcoco, hoy Centro Universitario UAEM Texcoco, con el objetivo de atender los requerimientos regionales de profesionalización de actividades, la demanda de estudios superiores, la disponibilidad de docentes y la existencia de un adecuado equipamiento en materia de servicios (UAEM, 2006 citado en Pacheco et al, 2012).

Los programas educativos a nivel licenciatura que ofrece el CUTex son nueve: Administración, Ciencias Políticas y Administración Pública, Contaduría, Derecho, Economía, Informática Administrativa, Turismo, Lenguas e Ingeniería en Computación. A nivel posgrado, son tres maestrías las que se ofertan: Ciencias de la Computación, Gobierno y Asuntos Públicos, y Procesos Jurídicos.

De manera particular, la licenciatura en turismo conlleva una formación teórico-práctica y axiológica de este fenómeno social, denominado Turismo. En el año de 1958 siendo rector el Lic. Juan Josafat Pichardo fue aprobada la creación de Escuela de Turismo por el H. Consejo Universitario originando las carreras de: Agente Técnico en Turismo, Técnico en Turismo, Licenciado en Administración Turística y Licenciado en Organización Turística (UAEM, 2003). Esto se realizó con el fin de superar la problemática con la que contaba México en el sector turístico; la carrera busca atender la falta de preparación de cuadros profesionales que abordan las funciones específicas derivadas del turismo como actividad propia.

La evolución de los estudios del turismo ha estado íntimamente relacionada al desarrollo social y tecnológico del país. La importancia y el crecimiento del turismo llevaron a la UAEM a ofertar la licenciatura en turismo en diferentes espacios educativos entre ellos en ese entonces la Unidad Académica Profesional Texcoco (UAPT) a partir del ciclo 2002-2003, implementó el Plan 04 de la Licenciatura en Turismo, correspondiente al organismo académico de la Facultad de Turismo en Toluca, y al área de las ciencias sociales y administrativas (UAEM, 2003).

La licenciatura en turismo dentro del programa educativo actual de la UAEM (MIC antes mencionado) comprende 402 créditos, los cuales se dividen en sus tres núcleos de formación: básico (119), sustantivo (160) e integral (123). El objetivo de la Licenciatura es formar profesionales que contribuyan al desarrollo de la actividad turística a través de la gestión de empresas turísticas y patrimonio natural y cultural, encaminada a la solución de problemas y acertada en la toma de decisiones para el fortalecimiento del turismo (UAEM, 2003).

Dadas las características del programa educativo que se presenta, los perfiles para ingresar a esta licenciatura son los siguientes (ver tabla n. 2):

Tabla n.2. Características del perfil de ingreso a la Licenciatura en Turismo.

<b>Conocimientos</b>	Historia universal y de México
	Aspectos ambientales (ecología y geografía)
	Aritmética (matemáticas y estadística)
	Aspectos sociales (cultura, antropología, sociología)
<b>Actitudes/valores</b>	Trabajo en equipo
	Responsabilidad
	Honestidad
	Respeto hacia distintas culturas y religiones
	Actitud de servicio
	Conciencia ambiental
<b>Habilidades</b>	Idioma inglés
	Manejo de paquetería computacional
	Comprensión de textos
	Uso y manejo de técnicas de investigación
	Redacción y ortografía
	Creatividad

Fuente. Elaboración propia, a partir de UAEM (2003).

Por otra parte, en cuanto al perfil de egreso, se plantea que el profesional en turismo atenderá distintas problemáticas como la inapropiada utilización de tiempo libre de los actores en turismo o la incorrecta planeación y comercialización de productos turísticos. Asimismo, poseerá distintas competencias genéricas como: la gestión del patrimonio turístico, la comercialización de productos y servicios turísticos, la planeación y desarrollo de programas de tiempo libre, recreación, animación y viajes, así como la administración de empresas turísticas para el logro de sus objetivos, la gestión de actividad turística dentro de organismos públicos, así como el dominio del idioma inglés (UAEM, 2003). El ámbito de desempeño profesional de esta licenciatura se presenta en tres sectores: público, privado y social (ver cuadro n.1).

Cuadro n.1. Ámbito de desempeño profesional de la Licenciatura en Turismo.

Ámbito de desempeño profesional	
• Público	<ul style="list-style-type: none"><li>• Secretarías, Direcciones o Comisiones de Turismo</li><li>• Instituciones educativas</li><li>• Centros recreativos-culturales</li></ul>
• Privado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresas de hospedaje</li><li>• Empresas de alimentos y bebidas</li><li>• Instituciones educativas</li><li>• Agencias de viajes</li><li>• Transportadoras turísticas</li><li>• Centros recreativos-culturales</li></ul>
• Social	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sindicatos</li><li>• Asociaciones</li><li>• Fundaciones</li><li>• Organizaciones no gubernamentales</li></ul>

Fuente. Elaboración propia, a partir de UAEM (2003).

La licenciatura en turismo, como se había mencionado anteriormente, está sujeta al modelo de innovación curricular, por tanto a continuación se describirán brevemente algunos puntos apegados a este.

Dentro de los rasgos de flexibilidad que ofrece este modelo, la licenciatura tiene una duración de 10 periodos con la posibilidad de cursarse en mínimo 8 y máximo 12 como alternativas para definir perfiles de desempeño alterno a partir de dos líneas de acentuación; gestión de empresas turísticas y gestión del patrimonio. En su conformación por núcleos de formación y áreas de conocimiento, se encuentran el núcleo básico, sustantivo e integral, dentro del básico se integran campos multidisciplinarios y competencias básicas necesarias para el universitario, atendiendo temas transversales para dar sustento al turismo. El núcleo sustantivo se integra por unidades de aprendizaje que den una formación disciplinaria a la formación turística reconocida en el desempeño laboral y profesional turístico y en el núcleo integral se presenta una interdisciplinariedad

que permite la comprensión de la profesión turística mediante el desarrollo de elementos teórico-metodológicos y saberes axiológicos que dan una orientación específica de la formación (UAEM, 2003).

La operación del curriculum incorpora como instrumento operativo un sistema de créditos que facilita el trabajo académico de los estudiantes en su proceso de formación, y regula la distribución de su carga académica. De tal forma que esta licenciatura comprende un total de 402 créditos de los cuales el 30% corresponde al núcleo básico, el 40% al núcleo sustantivo y el 30% al núcleo integral (ver tabla n. 3):

Tabla n.3. Distribución del número de créditos de la licenciatura en turismo por núcleo.

Núcleos de formación	%CR	TOTAL				OBLIGATORIAS				OPTATIVAS			
		Ht	Hp	Th	Cr	Ht	Hp	Th	Cr	Ht	Hp	Th	Cr
Básico	30	43	33	76	119	29	19	48	77	14	14	28	42
Sustantivo	40	60	40	100	160	60	40	100	160				
Integral	30	37	49	86	123	25	37	62	87				
Acentuación													
Gestión del patrimonio turístico										12	12	24	36
Gestión de empresas turísticas													
Total	100	140	122	262	402	114	96	210	324	26	26	52	78

Fuente. Elaboración propia, a partir de UAEM (2003).

De acuerdo con los registros oficiales del departamento de Control Escolar del CUTex en el 2015 (Control Escolar, 2015), actualmente la licenciatura en turismo es la segunda carrera con mayor demanda en el CUTex después de la licenciatura en derecho. Su comunidad ha ido incrementando pues en 2012 contaba con 462 alumnos, con 481 en 2013 y con 486 alumnos en 2014.

Como cada año los aspirantes a esta carrera son más de 300, siendo aceptados solo alrededor de 150 dentro de esta licenciatura, sin embargo, los egresados mantienen cifras diferentes cada año, ya que para el 2012 los egresados fueron 77, 120 egresaron para 2013 y solo 71 para el 2014, de los cuales se titularon 80 en 2012, 115 en 2013 y 95 en 2014 (ver tabla n. 4). Por lo que estas cifras

representan el 39.8%,71% y 63% de los alumnos aceptados por año, respectivamente.

Tabla n.4. Distribución de aspirantes, alumnos aceptados, alumnos egresados y alumnos titulados en la licenciatura en turismo.

<b>Año</b>	<b>Aspirantes</b>	<b>Alumnos aceptados</b>	<b>Alumnos egresados</b>	<b>Alumnos titulados</b>
<b>2014</b>	353	150	71	95
<b>2013</b>	341	160	120	115
<b>2012</b>	353	201	77	80

Fuente. Control Escolar (2015).

### El idioma inglés en la licenciatura en turismo del CUTex

Con el fin de lograr una institución académica de alta calidad, como se establece en el Plan Rector de Desarrollo Institucional 2001-2005, se presenta el Programa Institucional de Enseñanza del Inglés en todos los organismos académicos siguiendo los esquemas del Programa Institucional De Innovación Curricular de la Universidad Autónoma del Estado de México. Los cuales tienen como propósito consolidar la formación universitaria de los alumnos mediante el manejo del idioma inglés como una competencia comunicativa.

La caracterización e instrumentación del inglés adopta un modelo educativo flexible para centrarse en el desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes que tengan como base el aprendizaje y el autoaprendizaje permanentes, por lo que se incorporan aquellas metodologías que los privilegien y las herramientas tecnológicas que los apoyen.

Atendiendo a esta necesidad de cambios, los programas presentan en primer lugar los niveles de dominio del idioma a estudiar en los organismos académicos de la UAEM, con su correspondiente descripción de habilidades y competencias, equiparados con los niveles internacionales como son ESOL (English for Speakers of Other Languages de la Universidad de Cambridge) y ALTE (Association of Language Testers in Europe) y con sus respectivos instrumentos de evaluación y acreditación.

La necesidad de incluir el manejo del inglés como una de las habilidades básicas de sus egresados es indiscutible. Vinculado con el compromiso de generar graduados capaces de actualizarse continuamente, de allegarse conocimientos y desarrollarse profesionalmente en territorio nacional y extranjero, y se orienta al acceso directo al mercado laboral y a la creación de fuentes de empleo por parte de los egresados contribuyendo así al crecimiento socioeconómico del país.

De ahí que la homologación del nivel de inglés con los niveles internacionales servirá para garantizar una calidad uniforme en la enseñanza de un segundo idioma, ya que se describen las habilidades necesarias para propósitos sociales y académicos que serán alcanzados en cada curso, y así poder acceder a una instrucción académica de excelencia en las diversas disciplinas para poder así incorporarse al campo laboral en condiciones competitivas con otros egresados de universidades públicas y privadas.

En el Modelo de Innovación Curricular (MIC) concibe el aprendizaje del idioma inglés como una articulación equilibrada entre el saber, el saber hacer y el saber ser en un contexto profesional específico. El desarrollo de estrategias comunicativas en el idioma inglés se orientará a desarrollar y promover habilidades globales de la lengua, esto es la comprensión y producción oral y escrita, que permitirán al alumno establecer y mantener vínculos extranjeros, admitiendo la actual relevancia de este idioma como *lingua franca* (UAEM, 2003).

Se prevé que dentro de este proceso educativo se promuevan actitudes y valores (respeto a la diversidad cultural y lingüística, de cooperación, de tolerancia, de intercambio de ideas y experiencias, de participación y creatividad, de alta responsabilidad y compromiso con su continuo aprendizaje).

Del mismo modo, se espera que el propio docente articule sus estrategias didácticas desde las perspectivas de enseñanza reflexiva e investigación acción, por lo que se espera que el docente promueva su desarrollo profesional a través de la continua introspección y actualización. Todo este trabajo tanto de profesores como de los alumnos se espera que comience desde el bachillerato, ya que es ahí donde el alumno debe cumplir obligatoriamente con los niveles de inglés A y B,

por lo que a *grosso modo* los estudios del idioma inglés dentro de la UAEM, se dan desde el nivel bachillerato hasta el nivel profesional abarcando cinco niveles: A,B,C,D,E, en diferente nivel para las diferentes licenciaturas (Ruiz, 2010).

Apegado a ello, para la licenciatura en turismo el idioma inglés toma un papel importante, ya que de estos 402 créditos a cursar, el inglés como idioma comprende una carga obligatoria de 24 créditos, es decir 5.97% y 6 créditos optativos que representa el 1.49%. Es por ello que el perfil de ingreso a la carrera comprende entre sus conocimientos, actitudes/valores y habilidades al idioma inglés, y en su perfil de egreso plantea que el alumno deberá leer, escribir, escuchar y hablar el idioma inglés con el fin de desempeñarse en el ámbito laboral.

Por ello el plan de estudios de la licenciatura en turismo, en la enseñanza del inglés, se apega al MIC al cumplir el nivel C (ver tabla n. 5) y D (ver tabla n. 8) con los nombres de Inglés C1 (ver tabla n. 6), Inglés C2 (ver tabla n. 7), Inglés D1 (ver tabla n. 9), Inglés D2 (ver tabla n. 10) e Inglés gramatical (ver tabla n. 11). A excepción de Inglés gramatical, que es de carácter optativo, estos niveles se toman en este orden progresivo y seriado, cursándose por periodo o semestre. Cabe mencionar que Ruiz (s/f) menciona que estos niveles se aproximan a los parámetros de la ALTE (Asociación Europea de Evaluadores de Idiomas, por sus siglas en inglés) y apegados al Modelo de Innovación Curricular, los niveles Inglés C1, Inglés C2, Inglés D1, Inglés D2, deberán cumplir ciertos objetivos (ver tabla n. 12).

Tabla n.5. Descripción de nivel C.

<b>NIVEL C</b>
El tercer nivel de este Programa institucional concibe un dominio del idioma muy próximo a: los parámetros de ALTE II, al nivel umbral del Consejo Europeo y al examen PET de la Universidad de Cambridge.
En esta fase, el interlenguaje del alumno le permitirá acceder a información de interés general, tanto oral como escrita y podrá desenvolverse en situaciones comunes de la vida cotidiana; comprenderá opiniones, estados de ánimo, actitudes e intereses. Se referirá a hechos pasados, presentes y futuros. En el contexto académico el alumno podrá realizar una presentación auxiliándose de imágenes, diagramas o ejemplos. En el ámbito laboral, el alumno podrá solicitar y brindar información concreta y objetiva. Del mismo modo, podrá participar en una junta de trabajo de su disciplina con opiniones breves, sencillas e información factual, recibir y dar instrucciones y realizar planteamientos básicos. Comprenderá y redactará documentación relativa al área, como: cartas, solicitudes, folletos, instructivos no complejos y reportes.

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés C1 (2003).

Tabla n. 6. Descripción de nivel C1.

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE: INGLES C1</b>							
Tipo de unidad de aprendizaje	Horas de teoría	Horas de practica	Total de horas	Créditos	Núcleo de formación	Carácter de la unidad de aprendizaje	Prerrequisitos
Curso-taller	2	2	4	6	Básico	Obligatoria	
<b>Objetivos generales</b>							
En términos generales de las competencias orales:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El alumno podrá emplear la lengua de manera limitada, con cierta interferencia de su lengua materna y errores que no interrumpen la comunicación.</li> <li>• Describirá y comparará hechos, hábitos, experiencias y sucesos actuales o bien ocurridos en el pasado.</li> <li>• Expresará opiniones, deseos, expectativas y hablará de intenciones o planes a futuro.</li> </ul>							
En términos generales de las competencias escritas el alumno:							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprenderá señalamientos, letreros y anuncios en lugares públicos.</li> <li>• Identificará información factual y de opinión en textos de corte informativo y publicitario, de baja complejidad.</li> <li>• Identificará información general y específica de su área disciplinaria.</li> </ul>							

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés C1 (2003).

Tabla n. 7. Descripción de nivel C2.

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE: INGLES C2</b>							
<b>Tipo de unidad de aprendizaje</b>	<b>Horas de teoría</b>	<b>Horas de practica</b>	<b>Total de horas</b>	<b>Créditos</b>	<b>Núcleo de formación</b>	<b>Carácter de la unidad de aprendizaje</b>	<b>Prerrequisitos</b>
Curso-taller	2	2	4	6	Sustantivo	Obligatoria	C1
<p><b>Objetivos generales</b></p> <p>Competencias orales y escritas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El alumno solicitará y proporcionará información en general y verificará los elementos centrales de la misma en forma muy sencilla. Podrá realizar acuerdos y llevar a cabo negociaciones muy simples, como renta de un inmueble y compra-venta de artículos en general. Atenderá preguntas simples formuladas por el personal de inmigración. Identificará actitudes, estados de ánimo y deseos.</li> <li>• El alumno comprenderá y describirá procesos simples de manufacturación, elaboración de productos, etc. Reportará información y sucesos acontecidos relativos a su área en discurso oral y escrito de baja complejidad.</li> <li>• Podrá expresar opiniones y referirse a situaciones hipotéticas. Comprenderá y redactará memorándums, solicitudes, oficios relativos a su área de desempeño.</li> </ul>							

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés C2 (2003).

Tabla n. 8. Descripción de nivel D.

<b>NIVEL D</b>
<p>El cuarto nivel de este Programa Institucional concibe un dominio del idioma equivalente y relativamente superior a los parámetros de ALTE II, al nivel umbral del Consejo Europeo y al examen PET de la Universidad de Cambridge.</p>
<p>En esta fase, el interlenguaje del aprendiente le permitirá acceder a información de interés general, tanto oral como escrita y podrá desenvolverse en situaciones comunes de la vida cotidiana; comprenderá opiniones, estados de ánimo, actitudes e intereses. Se referirá a hechos pasados, presentes y futuros, empleando diversas estructuras y manejo de léxico.</p> <p>En el contexto académico el alumno podrá realizar una presentación auxiliándose de imágenes, diagramas o ejemplos.</p> <p>En el ámbito laboral, el alumno podrá solicitar y brindar información concreta y objetiva. Del mismo modo, podrá participar en una junta de trabajo de su disciplina con opiniones breves, sencillas e información factual, recibir y dar instrucciones y realizar planteamientos básicos. Comprenderá y redactará documentación relativa al área, como: cartas, solicitudes, folletos, instructivos no complejos y reportes.</p>

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés D1 (2005).

Tabla n. 9. Descripción de nivel D1.

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE: INGLES D1</b>							
Tipo de unidad de aprendizaje	Horas de teoría	Horas de practica	Total de horas	Créditos	Núcleo de formación	Carácter de la unidad de aprendizaje	Prerrequisitos
Curso-taller	2	2	4	6	Sustantivo	Obligatoria	C2
<p><b>Objetivos generales</b></p> <p>En términos generales de las competencias orales el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleará una variedad aceptable de estructuras y vocabulario en la expresión de opiniones, emociones, descripciones y situaciones de interacción social que sean familiares o predecibles.</li> </ul> <p>En términos generales de las competencias escritas el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizará búsquedas de información en su área y distinguirá ideas relevantes y específicas, descartando información redundante.</li> <li>• Comprenderá textos de opinión, de información factual y de carácter imaginativo analizando el efecto de los mismos en el lector.</li> </ul>							

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés D1 (2005).

Tabla n. 10. Descripción de nivel D2.

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE: INGLES D2</b>							
Tipo de unidad de aprendizaje	Horas de teoría	Horas de practica	Total de horas	Créditos	Núcleo de formación	Carácter de la unidad de aprendizaje	Prerrequisitos
Curso-taller	2	2	4	6	Sustantivo	Obligatoria	D1
<p>En términos generales de las competencias orales el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleará una variedad aceptable de estructuras y vocabulario en la expresión de opiniones, emociones, descripciones y situaciones de interacción social que sean familiares o predecibles.</li> </ul> <p>En términos generales de las competencias escritas el alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizará búsquedas de información en su área y distinguirá ideas relevantes y específicas, descartando información redundante.</li> <li>• Comprenderá textos de opinión, de información factual y de carácter imaginativo analizando el efecto de los mismos en el lector.</li> </ul>							

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés D2 (2005).

Tabla n. 11. Descripción de Inglés gramatical.

<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE: INGLES GRAMATICAL</b>							
<b>Tipo de unidad de aprendizaje</b>	<b>Horas de teoría</b>	<b>Horas de practica</b>	<b>Total de horas</b>	<b>Créditos</b>	<b>Núcleo de formación</b>	<b>Carácter de la unidad de aprendizaje</b>	<b>Prerrequisitos</b>
Curso-taller	2	2	4	6	Básico	Optativa	
<p>Esta unidad tiene como propósitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retomar las experiencias de aprendizaje para el análisis retrospectivo y desarrollo de estrategias meta cognitivas.</li> <li>• Mejorar el dominio de la lengua inglesa de manera integral.</li> <li>• Desarrollar estrategias comunicativas para mejorar el uso de la lengua en el aula.</li> <li>• Profundizar en el conocimiento de la cultura anglófona.</li> <li>• Fortalecer la confianza para mantener nexos con visitantes de distintos países que se comunican en la lengua inglesa</li> </ul>							

Fuente. Elaboración propia, a partir de programa de estudios por competencias. Inglés Gramatical. (2007).

Hoy en día, dentro de la UAEM en la licenciatura en Turismo el dominio del inglés es requisito para la titulación del estudiante, el cual se ve reflejado en un examen. Se cree que el alumno al llegar del bachillerato proveniente de la UAEM que llega al nivel profesional cumple con los niveles de inglés básicos o bien llamados propedéuticos (A y B) (Ruiz, s/f) y cuando no es así, el alumno desde el inicio de su carrera debe verse inmerso en los niveles de inglés por lo que debe realizar un examen diagnóstico del idioma, el cual se lleva a cabo dos veces al semestre en fechas establecidas según el calendario ofrecido por el espacio académico y se realiza en el Centro de Auto Acceso, de acuerdo a la fecha y hora indicada (Dirección de aprendizaje de lenguas, s/f). El examen consta de: examen escrito en línea, examen oral y una composición, por medio del cual se determina el nivel en el que se encuentra el alumno para retomar su formación, sin embargo para el 5° semestre, ya debe de haber cumplido hasta el nivel B2 con el fin de seguir su formación con el resto de su grupo del nivel C1 al nivel D2. Esto es como parte de la estrategia integral de formar profesionales competitivos en un entorno complejo y de alta exigencia por el mercado laboral, la instrumentación del Programa Institucional de Enseñanza del Inglés (PIEI), hoy Departamento de Aprendizaje de Lenguas (DAL).

Tabla n. 12. Descripción de curriculum de niveles C, D lengua inglesa, en Modelos de Innovación Curricular.

Nivel (UAEMéx)	Nivel (ALTE)	OBJETIVOS ESPERADOS
C	II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El alumno pueda comprender reglas, restricciones, y obligaciones establecidas en lugares públicos</li> <li>• Que pueda referirse a sucesos significativos, comprenda y exprese relación causa-efecto de manera simple.</li> <li>• Comprenda ideas principales y específicas en textos técnicos de baja complejidad.</li> <li>• Comprenda y describa procesos simples de manufacturación, elaboración de productos, etc.</li> <li>• Reporte información y sucesos acontecidos relativos a su área en discurso oral y escrito de baja complejidad.</li> <li>• Comprenda y redacte solicitudes y oficios relativos a su área de desempeño.</li> </ul>
D	II	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantea que el alumno pueda realizar búsquedas de información en su área y distinga las ideas relevantes, descartando información redundante.</li> <li>• Comprenda textos de opinión, de información concreta y de carácter imaginativo y analizará el efecto de los mismos en el lector.</li> <li>• Empleo de una variedad aceptable de estructuras y vocabulario en la expresión de opiniones, emociones, descripciones y situaciones de interacción social que sean predecibles.</li> <li>• Podrá redactar instructivos, textos formales o reportes concretos en su área de trabajo bajo un formato estándar.</li> <li>• Podrá emitir opiniones de mediana complejidad lingüística sobre asuntos culturales, utilizando conceptos abstractos.</li> </ul>

Fuente. Elaboración propia, a partir de Ruiz (2010).

## CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

Este capítulo tiene como objetivo presentar, justificar y describir el estudio en términos de los métodos y técnicas adoptadas. Para tal efecto, primero se expondrá la problemática encontrada para dicha investigación, así como los objetivos que persigue y la justificación de la misma. También se expondrán los diferentes métodos para una investigación: cualitativos, cuantitativos y mixtos, cada uno con una breve descripción sobre en qué consisten, sus ventajas, desventajas y las diferentes técnicas que se pueden utilizar en cada uno de estos.

### Problemática

A partir de diferentes charlas y observaciones con compañeros de carrera y de clase, así como de su propia experiencia como alumna dentro de la licenciatura en turismo, la investigadora se ha percatado de diversas opiniones y actitudes de los alumnos de la licenciatura hacia el inglés como idioma. Se ha observado que dichas opiniones y actitudes son distintas de acuerdo al semestre en el que se encuentren. Asimismo, a partir de conversaciones con la planta docente, se tiene conocimiento que los egresados frecuentemente carecen de un dominio favorable del idioma, lo cual puede estar asociado, entre otras cosas, a las actitudes de los alumnos hacia el mismo.

Sin embargo, pese a que dichas observaciones son recurrentes, no se cuenta con ningún estudio sistemático dentro del CUTex que revele con precisión y fundamentación empírica cuáles son esas diferentes actitudes de los estudiantes hacia el inglés. De esta forma, el presente estudio se planteó la siguiente interrogante, ¿Cuáles son las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco hacia el idioma inglés?

### Objetivos

#### Objetivo general

Analizar las actitudes que tienen los estudiantes de la licenciatura en turismo hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco.

### Objetivos específicos

- Identificar las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en Turismo del CUTex hacia el idioma inglés.
- Interpretar las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en Turismo del CUTex hacia el idioma inglés.

### Justificación

Actualmente el idioma inglés como *lingua franca* es de gran relevancia. Su importancia recae en la comunicación internacional, los intercambios comerciales, y de manera muy importante en el turismo. El uso del inglés es importante para el prestador de servicios ya que funciona como criterio para contratación y como herramienta de comunicación. Algunas investigaciones en torno al tema han detectado diversas actitudes que resultan fundamentales para comprender el proceso de aprendizaje del idioma inglés, pero sobretodo que impactan de manera positiva o negativa el aprendizaje de los alumnos.

Por tal motivo dentro de esta investigación se pretende concebir las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco, desde su participación activa como alumnos de algún nivel de inglés dentro de la licenciatura en turismo. Con el fin de conocer cuáles son estas actitudes hacia el idioma inglés, se pretendió analizar las actitudes de los estudiantes con respecto al inglés y la importancia de estas para su desempeño dentro de la carrera y en su futuro laboral, así como los diferentes factores que afectan su aprendizaje del inglés.

Estudiar las actitudes de los estudiantes hacia el inglés podrá ser útil en el diseño e implementación de estrategias que beneficien el aprendizaje efectivo del idioma inglés. La institución en conjunto con los docentes que imparten el idioma inglés podrían, en su caso, reestructurar los métodos de enseñanza que utilizan, así como adecuar el programa de la carrera o realizar talleres que sensibilicen a los alumnos para el aprendizaje del idioma inglés.

## Métodos cualitativos

La investigación cualitativa postula una concepción fenomenológica, inductiva, orientada al proceso. Busca descubrir o generar teorías. Pone énfasis en la profundidad y sus análisis no necesariamente son traducidos a términos matemáticos (Barrantes, 2012). Su proceso es menos riguroso que el del método cuantitativo puesto que también se guía de áreas o temas de investigación, sin embargo en lugar de procurar las hipótesis al principio del proceso de investigación, en el método cualitativo pueden desarrollarse preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. Con frecuencia estas actividades sirven para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, refinarlas y darles respuesta (Hernández et al, 2010).

En la investigación cualitativa, el trabajo de campo consiste en una participación intensa, en largos periodos con los sujetos de estudio, por lo que requiere de un registro detallado de todos los acontecimientos, y su análisis es minucioso. La recolección de datos no utiliza datos con medición numérica para definir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación, por tanto este utiliza para la interpretación diferentes formas como la entrevista en profundidad, la observación participante, el video, las biografías, las grabaciones, etc. Entre las técnicas de análisis de pueden citar la triangulación, la reflexión, el análisis crítico, la contrastación de hipótesis y la reflexión personal. La indagación dentro de este método es más dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso con mayor flexibilidad.

El método cualitativo se caracteriza porque se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los seres vivos, sobre todo los humanos y sus instituciones; postula una realidad a través de las interpretaciones de los participantes de la investigación respecto a sus propias realidades, creándose de tal forma varias realidades mediante la interacción de los participantes del proceso las cuales se van modificando mediante el estudio (Hernández et al, 2010). Este método cuenta con una serie de

ventajas y desventajas de las cuales, algunas, se pueden observar en la siguiente tabla (Ver tabla n. 13).

Tabla n. 13 Ventajas y desventajas del método de investigación cualitativo

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
El investigador crea sus propias realidades subjetivas a partir de su investigación	No se basa en una realidad existente
Permite la comprensión e interpretación de fenómenos a partir de percepciones o experiencias	No se basa únicamente en generar o comprobar teorías
Permite que el investigador cree una interacción flexible o empática dentro de su investigación	La interacción del investigador juega un papel importante que no puede llegar a ser distanciada, lejana y/o neutral
La teoría es utilizada como marco de referencia	No se auxilia de la teoría para ajustar sus postulados sino como referentes
Se generan hipótesis propias del investigador antes, durante o después del estudio	No se busca probar hipótesis ya existentes, o aprobar o rechazar alguna
Los pasos a seguir en el proceso son abiertos, flexibles, conformes a el trabajo de campo	El diseño de la investigación no es estructurado o predeterminado
Permite que la recolección de datos sea orientada a un mayor entendimiento de experiencias de las personas	La recolección de datos no se basa en instrumentos estandarizados
La credibilidad, confirmación y valoración forman parte de los criterios de evaluación en la recolección y análisis de datos	No exige que el investigador sea objetivo o riguroso dentro de la evaluación de sus resultados

Fuente: elaboración propia, a partir de Hernández et al, (2010).

## Técnicas en los métodos cualitativos

### Observación

La observación es el producto de la percepción del que observa y junto a ello la interpretación que debe hacerse de lo observado (Barrantes, 2012). Este proceso es deliberado y sistemático orientado por una pregunta o propósito y se debe conocer el qué, el quién, el cómo y el cuándo se observa. Para la planificación de una buena observación hay que tomar algunos aspectos, según Barrantes (2012), que son:

- La cuestión o problema objeto de observación
- El contexto de la observación
- Selección de muestras
- Sistema de observación

### Entrevista

Es una conversación oral entre dos personas, el entrevistado y entrevistador. Según Barrantes (2012) existen dos tipos de entrevista: la dirigida y no dirigida, diferenciadas por el seguimiento riguroso de las preguntas o la libertad de que el entrevistado exprese sus puntos de vista. Existen diferentes técnicas utilizadas para la entrevista, según Pardinás (citado en Barrantes, 2012) son:

- El panel: consiste en repetir a intervalos las mismas preguntas o las mismas personas.
- Las entrevistas localizadas: se concentra en experiencias objetivas, actitudes o respuestas emocionales a situaciones particulares.
- La entrevista repetida: se repite a lo largo de un tiempo para sacar muestras distintas.
- La entrevista múltiple: las personas son entrevistadas repetidas veces para anotar sus recuerdos o reacciones.
- Ráfaga de preguntas: se plantean preguntas de manera rápida como el entrevistado sea capaz de entender y responder.

La entrevista es un instrumento indispensable en diversos campos y en la investigación, sin embargo se enfrenta a algunas limitaciones en su valor como medio de ésta. Entre esas limitaciones se encuentran:

- La conducta del entrevistador: debe adoptar una posición intermedia con el fin de que no influya negativamente en la obtención de la información.
- La introspección del entrevistado: se debe tener la capacidad de realizar una introspección del entrevistado.
- La cooperación: a veces no todos son dispuestos a cooperar.
- Reducción: es necesaria la reducción a aspectos significativos en lo que se desea conocer.
- El costo: a veces si la muestra es numerosa se encarece la recolección de la información.
- La validez de la entrevista: a veces es demasiado reducida la muestra y por tanto los resultados que no tiene validez.
- La confiabilidad: falta de consistencia de resultados obtenidos.

### Entrevista en profundidad

Es una especie de conversación entre iguales, y no un intercambio formal de preguntas y respuestas. El investigador es el principal instrumento de investigación, dentro de la conversación no solo se obtienen respuestas, sino que dentro de ella se aprende o determina qué preguntas hacer y cómo hacerlas. La entrevista debe partir de un propósito explícito, y aunque el entrevistador comienza haciendo una serie de plática con diversos temas para que el informante se sienta en confianza y se exprese con naturalidad, al final se tiene que llegar a la información o el objetivo de la entrevista. El diálogo que se mantiene en una entrevista de este tipo es asimétrico ya que no lleva un orden en sus preguntas (se pueden hacer de manera aleatoria). Otro elemento que diferencia este tipo de entrevista es que implica expresar interés y, a la vez, ignorancia por parte del entrevistador; es decir, debe contar con gran interés y curiosidad ante lo que dice o cree su interlocutor. La entrevista en profundidad proporciona la comprensión

detallada de la observación directa de las personas o escuchando lo que tienen que decir en la escena de los hechos.

Según Barrantes (2012) pueden diferenciarse tres tipos de entrevista a profundidad:

- Historia de vida o autobiografía
- Aprendizajes sobre acontecimientos y actividades que no pueden observarse directamente.
- Aquellas que proporcionan un cuadro amplio de una gama de escenarios, situaciones o personas.

### Técnicas grupales

Las técnicas grupales son un conjunto de procedimientos que se utilizan para lograr metas propuestas entre dos o más personas. La técnica es el diseño, modelo congruente y unitario que se forma con base en diferentes modos de los cuales se pretende que un grupo funcione, sea productivo y alcance otras metas más. Las técnicas grupales pueden utilizarse en las investigaciones cualitativas de diferentes formas: actividades recreativas, asambleas, conferencias, congresos, técnicas demostrativas, discusión en grupos pequeños, dramatizaciones, técnica expositiva, grupos de encuentro, grupo T, grupos de sensibilización, mesas redondas, seminarios, simposios, talleres, entre otros (Barrantes, 2012).

### Grupos focales

Son grupos de discusión, guiado por un conjunto de preguntas diseñadas cuidadosamente con un objetivo particular (Aigner, 2006; Beck, Bryman et al, 2004 citados en Escobar y Bonilla s/f). El propósito principal del grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones en los participantes, manifestando así muy probablemente sus actitudes; esto no sería fácil de lograr con otros métodos. Los grupos focales se centran en la interacción dentro del grupo, la cual gira alrededor del tema propuesto por el investigador; además, los datos que se producen se basan en la interacción (Powell et al, 1996 citado por Gibb, 1997 en Escobar y Bonilla, s/f).

Respecto al número ideal de personas que deben conformar un grupo focal, diferentes autores citados en Escobar y Bonilla (s/f) han propuesto una gran variedad de rangos de participantes. Los grupos pueden estar conformados por 3 a 12 participantes, de 4 a 8; de 5 a 10 o de 6 a 12.

Teniendo en cuenta lo anterior, Myers, 1998 citado en Escobar y Bonilla (s/f) propone que, según las características y la complejidad del tema a tratar, así como la experiencia y la habilidad del moderador, se determine el número adecuado de participantes, sin exceder las 12 personas. Así mismo, para tratar temas sensibles o controvertidos, recomienda la utilización de grupos pequeños, entre 5 y 8 participantes. Cabe anotar que el tamaño del grupo focal también depende del nivel de profundidad que se le va a dar a la entrevista por parte del investigador y de los objetivos de la investigación.

Según Escobar y Bonilla (s/f), la recomendación hecha por varios investigadores respecto a la duración de cada sesión de los grupos focales está en un rango entre 1 y 2 horas, aunque ciertamente dependerá de varios factores como el tamaño del grupo y el tema tratado. Esta recomendación se relaciona con el hecho de que el proceso requiere tiempo para las observaciones de la apertura y del cierre de la sesión, además de la capacidad de las personas para mantener la atención.

A continuación se presentan una serie de pasos para la realización de los grupos focales según la recopilación de varios autores citados por Escobar y Bonilla (s/f):

- Establecer los objetivos.
- Diseño de la investigación de forma coherente a los objetivos.
- Desarrollo de cronograma el cual permitirá planear las sesiones, participantes y el lugar a realizarse.
- Selección de participantes que tengan interés en participar en el estudio.
- Selección de moderador el cual propiciara la diversidad de opiniones del grupo.
- Preparación de preguntas estímulo de forma deben ser concretas, estimulantes y flexibles.

- Selección de sitio de reunión en el que solo tengan acceso los participantes.
- Logística que será encargado de reclutar a la gente, organizar y encargarse de incentivos si es que hay.
- Desarrollo de la sesión.
- Análisis de la información.

En comparación con otras técnicas cualitativas de recolección de datos, los grupos focales pueden presentar la información más rápidamente y a menor costo. Además, según distintos autores, esta técnica es más fácil de administrar y maneja una forma más natural de comunicación y de interacción de grupo (Escobar y Bonilla, s/f). A través de los grupos focales, se logra que cualquier observación o comentario por parte de uno de los miembros del grupo produzca diferentes respuestas, lo cual enriquecerá la información obtenida (Prieto, 2007 citado en Escobar y Bonilla s/f). Los grupos focales como estrategia de recolección de datos permiten sistematizar la información acerca de conocimientos, actitudes y prácticas sociales que difícilmente serían obtenidas a través de otras técnicas.

Los grupos focales presentan límites que debe conocer el investigador para evitarlos. Según Parra (citado en Escobar y Bonilla, s/f), la técnica de grupos focales es limitada en términos de su capacidad para generar resultados que representen la opinión de una muestra grande de personas, ya que el número de participantes es muy pequeño y no representativo. No obstante, si las personas que participarán en el grupo focal son seleccionadas aleatoriamente de un grupo relativamente homogéneo, se pueden realizar generalizaciones incipientes. En la práctica, los grupos focales pueden ser difíciles de organizar. De hecho, no es fácil obtener una población o grupo representativo. El trabajo de los grupos focales puede motivar a cierto tipo de personas para participar; por ejemplo, a aquellos que tienen una gran tendencia a colaborar, pero no tienen mucho conocimiento o práctica sobre el tema, a aquellos que tienen problemas de comunicación.

## Métodos cuantitativos

El método cuantitativo de investigación es secuencial y probatorio (busca comprobar teorías), para lo cual cada etapa procede a una siguiente y no se pueden brincar el orden de los pasos a seguir (Hernández et al, 2010). Asimismo, se desarrolla la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos. Aplica tests y medidas objetivas, utilizando instrumentos sometidos a pruebas de validación y confiabilidad (Barrantes, 2012).

De este tipo de investigación, se derivan los objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco teórico. De las preguntas de investigación se derivan hipótesis, aunque éstas no son siempre necesarias y determinan variables; se traza un plan para aprobarlas; se miden variables en un determinado contexto; se analizan los resultados obtenidos (utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones tomando como referencia las hipótesis planteadas; en este proceso se generalizan los resultados (Hernández et al, 2010).

La investigación cuantitativa pone una concepción global positivista, hipotética-deductiva, objetiva particularista y orientada a resultados, mismos que se interpretan a partir de las hipótesis y estudios previos (teorías) y la interpretación de los mismos es parte de una explicación de cómo los resultados encajan con el conocimiento existente (Creswell citado en Hernández et al, 2010). Este método cuenta con una serie de ventajas y desventajas de las cuales, algunas se pueden observar en la siguiente tabla (Ver tabla n. 14).

Tabla n. 14 Ventajas y desventajas del método de investigación cuantitativo.

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Se basa en una realidad existente	No permite que el investigador cree sus propias realidades subjetivas
Genera y comprueba teorías	No permite la comprensión e interpretación propia de percepciones o experiencias

La interacción del investigador con el objeto a investigar es distanciada, lejana y neutral	No permite que el investigador cree una interacción flexible o empática dentro de su investigación
Uso de la teoría para ajustar sus postulados	La teoría no es utilizada como marco de referencia sino como punto de partida
Se prueban hipótesis, que al final se aprueban o rechazan a partir de una teoría	No se generan hipótesis propias del investigador
El diseño de la investigación es estructurado o predeterminado	Los pasos a seguir en el proceso son continuos, no se pueden saltar
La recolección de datos se basa en instrumentos estandarizados, de manera uniforme para diferentes casos	No permite que la recolección de datos sea flexible
Dentro de sus criterios de evaluación y recolección de datos, se pide que el investigador sea objetivo, riguroso confiable y que tengan validez sus resultados	Excluye la credibilidad, confirmación y valoración

Fuente: elaboración propia a partir de Hernández et al (2010).

## Técnicas en los métodos cuantitativos

### Encuesta

Las encuestas pueden ser de dos tipos: las que se aplican de forma escrita y se conocen como cuestionarios, y las que se aplican oralmente llamadas entrevistas. El uso de las encuestas en la investigación sirve para conocer opiniones, actitudes, creencias, intenciones, impactos, distribuciones, actividades, hábitos, condiciones, ingresos, etc. Sin embargo conllevan una serie de pasos que son comunes para la aplicación de encuestas:

- Definición de población y de la unidad muestra
- Selección y tamaño de la muestra
- Material para realizar la encuesta

- Organización de trabajo de campo
- Tratamiento estadístico
- Discusión de resultados

### El cuestionario

Es un instrumento que consta de preguntas escritas para ser resuelto sin intervención del investigador. Entre sus funciones de encuentra el obtener, por medio de la formulación de preguntas, respuestas que suministren los datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación. El cuestionario consta de tres partes fundamentales que son: la introducción, las instrucciones y el cuerpo o grupo de preguntas. La aplicación de un cuestionario puede ser de diferentes maneras (Barrantes, 2012):

- Autoadministrados: se facilita el documento y el sujeto responde solo, sin intermediario.
- Por entrevista personal: un entrevistador aplica el cuestionario, hace las preguntas y anota respuestas.
- Por teléfono: se realiza por medio telefónico)
- Autoadministrado, pero enviado por correo postal, electrónico o mensajería: no tiene una retroalimentación segura ni inmediata.

### Censo

Es el conjunto de operaciones destinadas a recopilar, procesar, evaluar y publicar datos referentes a todas las unidades de un universo en un momento determinado. Etimológicamente, la palabra censo proviene del latín *censere* que significa “contar” INEI Instituto Nacional de Estadística Informática, s/f). Los censos, permiten identificar los cambios que un país experimenta en sus aspectos demográficos, económicos y sociales, por lo que representa un soporte estadístico fundamental para apoyar la toma de decisiones de los sectores público, privado y social. De igual manera los censos sirven para contribuir a respaldar la investigación que llevan a cabo académicos e instituciones educativas en el

ámbito socio demográfico (INEGI, s/f). Los principales usos de la información censal según el INEI pueden ser:

- a) Uso con fines estratégicos. Los resultados censales tienen un uso fundamental, por ejemplo, en la evaluación de programas de educación, alfabetización, empleo, recursos humanos, vivienda, salud, desarrollo rural, urbanización, entre otros.
- b) Uso con fines de investigación. Los otorgan datos que son indispensables para el análisis y la evaluación científica. Hay temas que son importantes tanto en el campo de la investigación, para resolver problemas prácticos entre los que destacan, por ejemplo: Los cambios en la distribución urbano-rural; el crecimiento de zonas urbanizadas; la distribución geográfica de la población.
- c) Uso en el comercio, la industria y el trabajo. El Censo tiene aplicaciones importantes para los particulares y las instituciones comerciales, industriales y laborales. Para lograr una estimación lo más real posible acerca de la demanda de una gama amplia de bienes y servicios por parte de los consumidores, se hace indispensable, por ejemplo, contar con información acerca del volumen y distribución por sexo y edad de la población, según división político-administrativa debido a que estas características influyen sobre la demanda de viviendas, muebles, alimentos, vestuario, servicios de salud, de recreación.

El censo permite delimitar una población estadística que refleja el número total de individuos de un territorio. A diferencia de otras herramientas de la estadística, en este caso no se trabaja con muestras, sino con la población total y la información que se recoge está en función a las necesidades de planificación y a la ejecución de políticas y programas de desarrollo a nivel nacional, regional, provincial y distrital. Por tanto las variables a utilizar dentro de un censo deben ser de carácter estructural, es decir, aquellas que a corto plazo no experimentan cambios significativos (INEI Instituto Nacional de Estadística Informática, s/f).

Sin embargo realizar un censo puede tener un alto costo (humano y material) dado que exige el empleo de una gran cantidad de recursos de personal, financieros y materiales. Por ello es necesaria una vasta organización que abarque todo el universo a investigar, procurando evitar omisiones y duplicaciones y a veces se demora en la obtención de resultados. O en algunos casos, la información que se obtiene puede ser de inferior calidad (mayores errores) a la que se obtendría si la investigación se realizara por muestreo.

El proceso de ejecución de un censo según el INEGI (s/f) es el siguiente:

- Planeación y revisión de antecedentes

Con suficiente anticipación se concreta un plan general de actividades que permite una aproximación de la magnitud del proyecto; asimismo, se lleva a cabo una revisión de experiencias censales anteriores y de las recomendaciones internacionales en la materia.

- Diseño conceptual y prueba de esquemas e instrumentos

El diseño conceptual y de esquemas organizacionales, así como de materiales de apoyo y sistemas de tratamiento y procesamiento, constituye una intensa y minuciosa labor de prueba y ajuste, con el fin de adoptar las opciones más eficaces.

- Preparación y actualización de la cartografía

Por la importancia de los materiales cartográficos en la planeación y ejecución de los operativos de campo, tanto previos al levantamiento como en este mismo, se considera como proyecto especial de apoyo, que comprende la preparación y actualización de planos y croquis sobre diferentes niveles geográficos, que requiere una estructura especializada con recursos técnicos avanzados.

- Conteos previos

Los censos requieren, para fines de una planeación detallada del levantamiento, referencias actualizadas sobre la magnitud y distribución geográfica de los

universos de estudio, para lo cual se efectúan conteos previos de dichos universos.

- Comunicación

A fin de informar y motivar a la población sobre la importancia nacional del censo en turno, y así propiciar su mejor colaboración, se desarrollan intensas campañas de sensibilización y concertación con organismos e instituciones, cubriéndose una amplia gama de formas y medios publicitarios en la transmisión del mensaje censal.

- Planeación detallada

Con los materiales cartográficos actualizados y los resultados de los conteos previos, se lleva a cabo una cuantificación precisa del personal y de los recursos materiales y financieros requeridos para el levantamiento censal y actividades directamente relacionadas, considerando la asignación de cargas de trabajo por área geográfica y los tramos de control definidos en la estructura para el operativo de campo.

- Capacitación

La instrucción y entrenamiento al personal de la estructura operativa implica el funcionamiento de un área especial que diseña e implementa la diversidad de cursos requeridos para un eficiente desempeño de dicho personal. La magnitud y complejidad de esta tarea son considerables, en virtud de la gran cantidad de participantes en el levantamiento.

- Levantamiento censal

La captación de información de todo el país en un breve lapso constituye una enorme y simultánea movilización de personal a lo largo del territorio nacional, que exige una eficiente y versátil organización que dé respuesta rápida a problemas imprevistos. Por lo general se hacen necesarios operativos especiales para subuniversos, cuyas características exigen distintas modalidades de captación.

- Procesamiento y validación

Las fases genéricas que comprende esta etapa son: control y verificación de cuestionarios; captura de los datos, codificación, análisis de congruencia y validación; y explotación de los archivos definitivos. El desarrollo de actividades censales bajo un esquema descentralizado y el empleo de equipo de cómputo avanzado, contribuyen a elevar la eficiencia de los procesos en términos de calidad y oportunidad de la información.

- Impresión y difusión

La presentación de los resultados se orienta a satisfacer de la mejor forma posible la diversidad de requerimientos de información. Así, como estrategia para atender requerimientos urgentes, se inicia la presentación de resultados preliminares en un plazo corto, para posteriormente, una vez concluido el procesamiento de toda la información, difundir a través de una amplia gama de productos los resultados definitivos, ofreciendo a los usuarios distintas publicaciones en medios impresos, magnéticos y ópticos, con variedad de contenidos temáticos, niveles de detalle conceptual y desagregación geográfica. La divulgación de estos productos se realiza a través de distintos canales de distribución, con el propósito de facilitar a los usuarios el acceso a los mismos, ya sea para compra o para consulta.

### **Métodos mixtos**

Los métodos mixtos son la integración sistemática de los métodos cualitativos y cuantitativos en un solo estudio con el fin de obtener o entender mejor un fenómeno. Estos pueden ser conjuntados de manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (forma pura) o pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos (Hernández et al, 2010). Esta definición de los métodos mixtos deja en claro la combinación de al menos un componente de cada método en un mismo estudio o proyecto de investigación, por lo que se denominan como métodos multimetódicos.

Hernández et al (2010) menciona que el enfoque mixto ofrece varias perspectivas para ser utilizado, entre ellas se encuentran:

- Lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno
- Formular un planteamiento del problema con mayor claridad
- Producir datos más “ricos” y variados mediante la multiplicidad de observaciones
- Potenciar la creatividad teórica por medio de procedimientos críticos de valoración
- Efectuar indagaciones más dinámicas
- Permitir una mayor “exploración y explotación” de los datos recolectados.
- Oportunidad de desarrollar o reforzar nuevas competencias en materia de investigación.

Además de estos, Collins, Onwuegbuzie y Sutton (citados en Hernández et al, 2010) identifican cuatro razonamientos para utilizar los métodos mixtos:

- Enriquecimiento de la muestra
- Mayor fidelidad del instrumento
- Integridad del tratamiento o intervención
- Optimización de significados o descubrimientos

Este método mixto puede minimizar e incluso neutralizar algunas de las desventajas de ciertos métodos. Según distintos autores se presentan ocho pretensiones básicas del enfoque mixto (Hernández et al, 2010):

1. Triangulación. (corroboración) lograr la convergencia, confirmación y correspondencia de los métodos cualitativos y cuantitativos.
2. Complementación. Mayor entendimiento o clarificación de los resultados de un método sobre la base de los resultados de otro método.
3. Visión holística. Obtener un abordaje más completo e integral del fenómeno estudiado.
4. Desarrollo. Usar los resultados de un método para ayudar a desplegar o informar al otro método en diversas cuestiones.

5. Iniciación. Descubrir paradojas o contradicciones, así como obtener nuevas perspectivas y marcos de referencia.
6. Expansión. Entender con amplitud y el rango de la indagación usando los diferentes métodos en diferentes etapas del proceso de investigación.
7. Compensación. Subsanan las debilidades de cada método con el otro método.
8. Diversidad. Obtener puntos de vista variados, incluso divergentes del fenómeno.

Los métodos mixtos implican un trabajo único y un diseño propio, sin embargo se pueden identificar algunos modelos generales de diseños que combinan los dos métodos cualitativo y cuantitativo. Hernández et al (2010) menciona que para escoger el diseño mixto apropiado es necesario que el investigador se responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué clase de datos tienen prioridad: los cualitativos, cuantitativos o ambos por igual?
- ¿Que resulta más apropiado para el estudio: recolectar datos cuantitativos o cualitativos de manera simultánea o secuencial?
- ¿Cuál es el propósito central de la integración de los datos cuantitativos y cualitativos? (la triangulación, complementación, exploración o explicación)
- ¿En qué parte del proceso, fase o nivel es más conveniente que se inicie y desarrolle la estrategia mixta? (desde y/o durante el planteamiento del problema, en el diseño de investigación, recolección de datos, análisis de los datos, interpretación de resultados o elaboración del reporte de resultados)

### Descripción del proceso

Tras analizar el marco teórico y metodológico de esta investigación, se propuso la utilización de una metodología que se expondrá a continuación.

Para la realización de esta investigación y lograr los alcances de la misma se realizó una investigación de tipo exploratoria, ya que nos permitió examinar un tema poco estudiado (Pick & López, 1998), del cual no se ha abordado antes dentro del Centro Universitario; permitiendo lograr una aproximación a las

actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés en la Licenciatura en turismo dentro del Centro Universitario UAEM Texcoco.

El enfoque que persiguió dentro de esta investigación es mixto, el cual implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos, con el fin de lograr una perspectiva más precisa en los resultados del problema a abordar (Hernández et al, 2006). Para ello la investigación en su proceso metodológico se dividió en dos partes, la primera a partir de grupos focales como técnica de investigación, y la segunda en una encuesta *in situ*.

### Etapa cualitativa

En esta etapa se utilizó la técnica de investigación de grupos focales o *focus group* la cual permitió reunir a grupos pequeños de personas, dentro de los cuales los participantes conversaron acerca de un tema en común, bajo un ambiente relajante e informal, bajo conducción de un especialista (en este caso la investigadora) en dinámicas grupales (Hernández et al, 2007) (Ver tabla n. 15).

Tabla n. 15 Grupos focales.

<b>Grupos focales</b>	
<b>Número de grupos focales</b>	Se realizaron 6 grupos focales (de los diferentes semestres: 3 de 6°, 1 de 8°, 2° y 4°)
<b>Número de preguntas</b>	Durante la sesión se dio respuesta a 11 preguntas que abordaron como tema principal las predisposiciones y aspectos relacionados y emergentes entorno al idioma inglés.
<b>Número de participantes por grupo focal</b>	Cada grupo focal se conformó por un mínimo de 4 y un máximo de 5 personas voluntarias.
<b>Lugar de reunión</b>	Los grupos focales se llevaron a cabo dentro de un aula de las instalaciones del edificio "A" de la licenciatura de turismo.

Fuente. Elaboración propia.

La elaboración de este instrumento se basó en el objetivo principal de la investigación, analizar las actitudes que tenían los estudiantes de la licenciatura en turismo, hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Por tanto se realizó la elaboración de algunas preguntas que ayudarían a la investigadora a conocer acerca de los tres diferentes componentes de las actitudes hacia el inglés por parte de los alumnos mediante la respuesta obtenida (ver anexo 1). Entre ellas se preguntó ¿Por qué creen que es importante el inglés?, ¿Les agrada el inglés? y ¿Por qué?, ¿Además de tomar clases en la universidad, hacen o han hecho alguna actividad para fortalecer su nivel de inglés?

Estos grupos fueron convocados por medio de una invitación presencial en cada grupo de la licenciatura por parte del coordinador de la licenciatura en turismo y la investigadora, para lo cual se dio a conocer el motivo de la visita y se les exhortó a su participación dentro de esta técnica para los fines de la parte cualitativa de esta investigación, las personas interesadas podían dirigirse directamente con el coordinador con el fin de registrarse. Sin embargo, al no obtener gran participación, por parte de los grupos, el día de la realización de esta técnica se hizo nuevamente un recorrido por algunos grupos, con el fin de completar el número de personas para cada grupo focal.

En cada grupo focal, se llenó un formato de registro (ver anexo 2) en el cual se plasmaron datos como el número de grupo focal, número de grabación (para la cual se pidió previa autorización a cada grupo), duración, horario, grupo, semestre, fecha, lugar, edad, sexo y nombre de los participantes. Una vez concluidos los grupos focales, se redactó la información recolectada en estas entrevistas, buscando analizar las respuestas de los compañeros y con el fin de crear una serie de indicadores a utilizar para la segunda parte, la encuesta.

### Etapa cuantitativa

En esta etapa se utilizó la técnica de cuestionarios *in situ* la cual permitió reunir datos de la mayoría de los estudiantes inscritos en la licenciatura en turismo durante el periodo 2015-B, el cual se elaboró con base en los objetivos de la

investigación e incorporando los indicadores más relevantes de la parte cualitativa (ver tabla n.16)

Tabla n. 16 Cuestionarios.

<b>Cuestionarios</b>	
<b>Número de cuestionarios aplicados</b>	Se aplicaron 481 cuestionarios a alumnos de la licenciatura de turismo, de un total de 598 inscritos en la misma.
<b>Número de preguntas</b>	En este instrumento se dio respuesta a 56 preguntas, las primeras 4 fueron acerca de datos acerca del estudiante (edad, género, turno, semestre) las 3 posteriores acerca del estudiante y su estatus en el idioma inglés (si cursa inglés, sí, no y porque, qué nivel) y las restantes se dirigieron al estudiante en un listado de ítems mediante la escala Likert, abordando su opinión entorno al idioma inglés.
<b>Número de cuestionarios válidos</b>	El número que se consideró válido para esta etapa fue el total de los cuestionarios aplicados (481), sin embargo para algunas preguntas disminuyó el total de la muestra, debido a cuestionarios que fueron incompletos (4).
<b>Lugar de aplicación</b>	Los grupos focales se llevaron a cabo dentro de un aula de las instalaciones del edificio "A" de la licenciatura de turismo.

Fuente. Elaboración propia.

Este instrumento se formó de 56 preguntas (ver anexo 3), las primeras 4 fueron generales y de datos demográficos y académicos acerca del estudiante (edad, género, turno, semestre), las 3 posteriores, acerca del estudiante y su estatus en el idioma inglés (si cursa inglés y qué nivel, y si no lo cursa, cuál es la razón) y las restantes se redactaron hacia el estudiante en un listado de ítems utilizando la escala Likert, abordando su opinión entorno al inglés con el fin de identificar

mediante estas preguntas las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés, en sus tres componentes (afectivo, cognitivo y conductual).

Primero se aplicó un estudio piloto a 9 personas de la licenciatura de manera aleatoria en semestre con el fin de ver la funcionalidad del instrumento, escuchar dudas que pudiesen emerger de los participantes, ambigüedades, y valorar el tiempo que tardarían en responder.

Una vez corregido este cuestionario, se aplicó en forma de censo tomando en cuenta el proceso de ejecución de un censo según el INEGI, s/f (ver anexo 4), fue aplicado a todos los alumnos de la licenciatura en turismo del CUTex dando un total de 481 cuestionarios obtenidos de 598 inscritos de manera formal en la licenciatura de turismo durante el periodo 2015-B.

El instrumento se estructuró de la siguiente manera: al inicio de este instrumento se redactó el objetivo del mismo y se dividió en 5 secciones, la primera sección se formó de preguntas generales y de datos demográficos y académicos como lo son: edad, género, turno, semestre y nivel de inglés.

La segunda sección se enfocó en preguntar exclusivamente a los alumnos que no toman algún nivel de inglés, la razón por la cual no lo hacen. La tercera sección se conformó de 18 preguntas en escala Likert dando respuesta (de acuerdo, ni acuerdo ni desacuerdo, des acuerdo) a una serie de ítems de acuerdo a los tres componentes de las actitudes, donde los primeros 8 eran del componente cognitivo, los siguientes 2 fueron del componente afectivo, los 5 sucesivas dieron respuesta (siempre, a veces, nunca) al componente conductual, los 2 posteriores cognitivos y el último ítem de esta sección fue conductual. Dentro de la cuarta sección se pidió al estudiante que respondiera enumerando 4 actividades del idioma inglés conforme a sus gustos, esto con el fin de conocer acerca del componente afectivo hacia estas actividades el número 1 representa dentro del cuestionario la actividad que más le gusta al estudiante y la número 4 la que menos le gusta, por tanto no debía de repetir números el estudiante. Y por último, la sección cinco se conformó de preguntas que respondieron (siempre, a veces, nunca) a ítems del componente conductual las 4 primeras, cognitivo las siguientes

3 y las 3 últimas al componente afectivo. Y al final del instrumento como tal se agradeció al estudiante su cooperación y se anexo el correo de la investigadora para mayores informes sobre la investigación.

Para llevar a cabo el análisis de los datos obtenidos, se realizó un formato dentro de Excel con el fin de poder vaciar toda la información recolectada en los cuestionarios, en el cual se describió pregunta por pregunta y posteriormente con esa información se pudieran graficar e interpretar los resultados, de tal manera que se pudieran manejar de forma fácil para su interpretación (ver anexo 5).

#### **CAPÍTULO 4. HALLAZGOS**

Este capítulo tiene como objetivo dar a conocer los hallazgos del estudio en el marco del objetivo general planteado en esta investigación: identificar e interpretar las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo hacia el idioma inglés. Para tal efecto, primero se presentará de manera concreta información acerca de los informantes; es decir, el perfil de los alumnos participantes en esta investigación. También se expondrán las razones por las que algunos de los alumnos no cursan la asignatura de inglés. Y de manera específica se detallarán los resultados del trabajo de campo.

##### **Perfil de los informantes en etapa cualitativa.**

Dentro de la etapa cualitativa de esta investigación, por medio de la elaboración de grupos focales como herramienta, se buscó que los colaboradores para el cumplimiento de la metodología cumplieran con dos características principales: a) estudiar en el CUTex y b) ser estudiantes de la Licenciatura en Turismo.

Para tal etapa participaron diferentes estudiantes de manera voluntaria los cuales cursaban diferentes semestres dentro del periodo 2015-A, para dar testimonio acerca de sus experiencias como estudiantes hacia el idioma inglés en sus clases. Se obtuvo una participación de 27 alumnos en 6 grupos focales con la participación mínima de 4 y máxima de 5 personas que se describen de manera breve en la siguiente tabla (ver Tabla n. 17).

Tabla n. 17 Perfil de los estudiantes participantes dentro de la etapa cualitativa.

<b>Edad</b>	Alumnos entre 18 y 24 años de edad, con una media de 21.
<b>Género</b>	El 63% de la población de alumnos son de género femenino y un 37% masculino.
<b>Turno</b>	Se obtuvo una participación de ambos turnos. El 67% fueron alumnos presentes en el turno matutino y el 33% restante del turno vespertino.
<b>Semestre</b>	Se obtuvo participación de todos los semestres activos del periodo 2015-A 2° (18%), 4° (15%), 6° (52%), 8° (15%).
<b>Cursa o no actualmente inglés</b>	El 14% de los estudiantes que participaron en esta etapa no cursan algún nivel de inglés, mientras que el 86% restante se encuentra cursando algún nivel de inglés ya sea fuera o dentro de la universidad.

FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

### Perfil de los informantes en etapa cuantitativa.

Por otro lado dentro de la etapa cuantitativa de esta investigación, se aplicaron 481 cuestionarios a los estudiantes de la licenciatura en turismo, de 598 inscritos durante el semestre 2015-B, los cuales cumplían con las características descritas en la siguiente tabla (ver Tabla n. 18):

Tabla n. 18 Perfil de los estudiantes dentro de la etapa cuantitativa.

<b>Edad</b>	Alumnos entre 17 y 28 años de edad.
<b>Género</b>	El 77% de la población de alumnos son de género femenino y un 23% masculino.
<b>Turno</b>	Se obtuvo una participación de ambos turnos. El 61% fueron alumnos presentes en el turno matutino y el 39% restante del turno vespertino.
<b>Semestre</b>	Se obtuvo una participación de todos los semestres activos del periodo 2015-B 1° (36%), 3° (19%), 5° (18%), 7° (22%), 9° (5%).
<b>Cursa o no actualmente inglés</b>	El 59% de los estudiantes que participaron en esta etapa no cursan algún nivel de inglés, mientras que el 41% restante se encuentra cursando algún nivel de inglés ya sea fuera o dentro de la universidad.

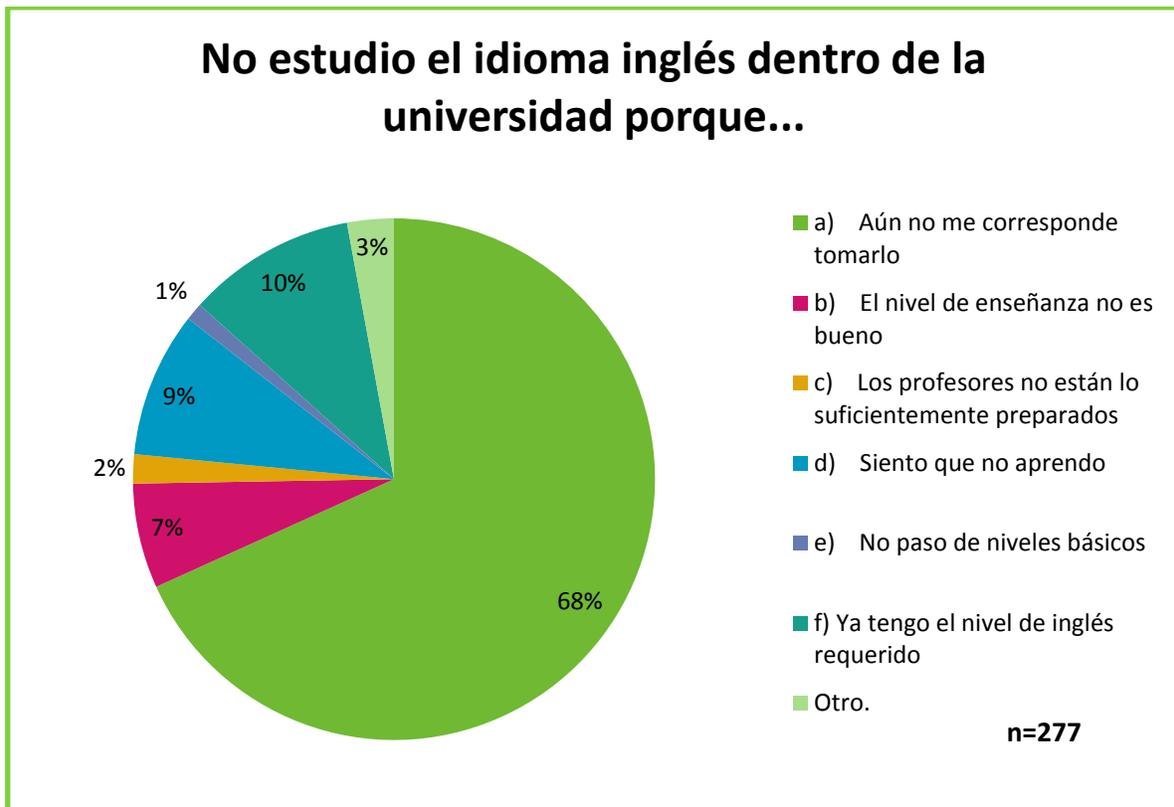
FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

### Razones por las que no cursan inglés.

Dentro de las razones más comunes por las que los alumnos no cursan algún nivel de inglés resaltan las siguientes (ver gráfica n. 1):

1. El 68% de los alumnos mencionó que aún no les corresponde tomarlo. La mayoría de estas respuestas fueron dadas por alumnos de semestres iniciales en los cuales el plan de estudios no maneja como tal dentro del plan curricular la materia de inglés, pues como se mencionó en el capítulo 2, se piensa que los alumnos, para semestres intermedios (5to, 6to) ya deben de cumplir con un nivel de inglés C1 el cual ya se integra como tal en la currícula de los estudiantes.
2. El 10% de los alumnos mencionó que no cursan inglés. Algunos de ellos han estudiado en CELe o son de 9° semestre por tanto ya han tenido como tal una preparación previa para poder alcanzar el nivel requerido dentro de la licenciatura que es D2.
3. Otro porcentaje de la población (7%) mencionó que el nivel de enseñanza no es bueno. Pues durante el lapso de regularización, han tenido diferentes experiencias con los profesores que les han sido asignados.
4. Sienten que no aprenden (9%). Los alumnos refirieron que los profesores en clase sólo se dedican a ver o a repasar nuevamente temas básicos de gramática y que trae consigo la siguiente razón.
5. No pasan de niveles básicos (1%), ya que no sienten avanzar a nuevos temas dentro de las clases.
6. Algunos otros alumnos (2%) comentaron que los profesores no están suficientemente preparados, pues dentro de las clases no muestran sus habilidades del idioma (mala pronunciación principalmente).
7. Y el 3% restante de los alumnos, dentro de otros motivos por los cuales no estudian el idioma inglés, se encuentran el que no empatan sus horarios con la materia, la falta de tiempo o de recursos económicos para poder inscribirse o adquirir el material requerido dentro de la asignatura.

Gráfica n.1. Razones por las cuales no estudian ningún nivel de inglés.



FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Dentro de estos resultados obtenidos, los alumnos que ya han tenido la posibilidad de tomar inglés como tal dentro de la currícula mencionan que el contenido que les han otorgado dentro de la asignatura no ha sido el mejor, o el que ellos esperan, sino lo contrario, les parece que el contenido ha sido repetitivo.

*“Bueno yo he tomado clases desde A1 o sea las he tomado todas y solamente me agradaron las clases de una maestra y de ahí para acá siento que es repetitivo pues algunos temas son los mismos, apenas estaba revisando mis libros de nivel B y son prácticamente los mismo temas en A1, A2, B1 y ahorita unos de C2...” (Matías, sexto semestre)*

Algunos otros alumnos también mencionaron que les agradan más las clases que oferta CELe como tal dentro del centro universitario pues comentan que ahí los grupos son más reducidos y las clases son más entretenidas.

*“En lo personal en CELe me gustaron mucho las clases. Igual y son más personalizadas y todo y pues incluso la maestra pues trata lo menos hablar en español y pues la forma en la que explica pues sí me gustó bastante...” (Miriam, cuarto semestre)*

## Actitudes hacia el inglés (por componente)

### Componente cognitivo

Como se indicó en el capítulo 1, la escuela de componentes múltiples según Aigeren (s/f) menciona tres componentes de las actitudes, de los cuales uno de ellos es el componente cognitivo. Este se refiere a las creencias, conocimientos, opiniones, percepciones e ideas que se tienen acerca de un ente. En este caso, este componente engloba que los alumnos están plenamente conscientes de que este idioma es de gran importancia mundial actualmente y que, como se comentaba en el capítulo 1, representa el papel de *lingua franca* y por consiguiente se debe tomar con esta misma importancia en la vida diaria, el 94% de la población de alumnos de la licenciatura están conscientes de esta importancia, y mencionan que:

*“El inglés es el idioma que más se habla en todo el mundo... El inglés lo hablan la mayoría de personas, si vas a cualquier otro país ciertamente te vas a encontrar con personas o con alguien que lo hable y podrás comunicarte” (Jessy, sexto semestre)*

*“También pienso que es importante aparte de que es considerado hoy en día un idioma universal por su facilidad de comprensión y más que nada de habla... es importante para nuestra carrera ya que tendremos un contacto con extranjeros” (Tony, sexto semestre)*

*“Además de ser importante para la vida en general de hoy en día, creo que nosotros como estudiantes de turismo nos es sumamente indispensable conocer y no solo inglés sino otro idioma, pero creo que hay que tomar en cuenta que el inglés es como más universal” (Alfredo, octavo semestre)*

Estos porcentajes y testimonios muestran que la mayoría de los alumnos están conscientes de la importancia que el inglés puede tener actualmente en el mundo, ya que lo ven desde una perspectiva de comunicación en cualquier destino, y que si no aprenden otro idioma ellos tienen en mente encontrar en cualquier lugar a una persona que hable este idioma y los ayude a comunicarse. Esto también se reflejó en un 94% dentro del cuestionario donde se preguntó a los alumnos si creían que el inglés permitiría el comunicarse con otras personas y estuvieron totalmente de acuerdo ya que mencionan que tendrán que tener un acercamiento con personas principalmente a la hora de viajar o de ayudar a extranjeros dentro de su país.

Por otra parte, en esta investigación este componente también se refirió a las ideas que los alumnos tienen acerca del inglés para su formación y desempeño laboral. Es relevante mostrar que el 97% de los alumnos están conscientes de la importancia que el idioma tiene para sus planes. Esto se refleja también en los siguientes argumentos:

*“Pues yo creo que me será de mucha utilidad porque trataré con turistas de otras partes del mundo y muchos de ellos hablan inglés” (Juan Carlos, tercer semestre)*

*“Es muy importante porque mientras más preparado estés y más conocimientos tengas es más fácil encontrar un trabajo acorde a lo que a ti te gusta ... allá afuera te piden mínimo dos idiomas y entonces tú te tienes que preparar para poder competir allá afuera y conseguir un buen lugar o un buen empleo” (Vianca, sexto, semestre)*

*“Yo pienso que, a la hora de ir a pedir un trabajo no les va a importar alguien que sepa varias técnicas sino que hable inglés, le van a dar la preferencia al que sabe hablar inglés porque eso le va a beneficiar más a la empresa” (Dany, sexto semestre)*

*“Yo creo que no nada más es importante el inglés en la carrera, en general, igual por eso es importante saber otros idiomas, dependiendo de qué quieras*

*hacer en tu vida. Digo, si nosotros en nuestra licenciatura queremos ir a hotelería, ni lo dudes o sea es al 100% el inglés” (Laura, octavo semestre)*

Se observó que los alumnos saben la realidad a la cual se enfrentarán en algún momento al ir a solicitar trabajo, así como las ventajas y desventajas de no saber hablar este idioma. Basándose como tal, mencionaban la importancia del inglés en el segmento hotelero, en los museos y otros empleos de comunicación directa con el cliente, se podría decir que es una importancia más operativa lo que refleja que quizá estos alumnos quieran o estén pensando en dedicarse como tal a este tipo de empleos.

Por otra parte otra respuesta acerca de la importancia del inglés dentro del ámbito educativo los alumnos mencionaban que:

*“Lo puedes utilizar hasta en tu chamba, en la escuela cuando te vas a un intercambio, pues ya también te lo puedes aventar ahí, o sea sí tiene una utilidad en la vida cotidiana y puede tener una en el futuro” (Tomás, sexto semestre)*

Ciertamente, si algún alumno está pensando en querer realizar un intercambio internacional dentro de la licenciatura, por supuesto que tendría que saber comunicarse en otro idioma pues ahora ya es un requisito para poder participar dentro de las convocatorias de movilidad estudiantil.

Dentro del componente cognitivo, también se buscó conocer las opiniones acerca de las clases de inglés que toman en el CUTex. Los alumnos respondieron de forma variada pues algunos mencionaban:

Acerca del contenido de las clases

- El contenido en cada unidad de aprendizaje es repetitivo
- Sólo se realizan actividades, no se practica como tal pronunciación dentro del aula
- Sólo responden libros y copias
- El contenido de las clases en inglés muchas veces no tiene relación o no lo relacionan los profesores al turismo

Acerca del profesor:

- Los profesores no saben transmitir sus conocimientos
- Los profesores no dan la clase en inglés
- Tapizan el pizarrón acerca de un tema y no lo explican
- No tienen paciencia para explicar
- Solo vienen por ganar
- Los profesores no tienen un buen acento

Acerca de los alumnos:

- Les falta practicar acerca de lo que aprenden en clase
- No tienen nivel en el que se supone están y por lo mismo es tedioso ya que los profesores deben regresar a temas básicos y no pueden avanzar

Aunado a esto, los alumnos que participaron en los grupos focales creen que el tiempo que se da a la asignatura de inglés durante la semana es muy poco y de manera separada, ya que es un día sí y un día no, y no ven como tal un seguimiento dentro de su aprendizaje, por tanto algunos mencionaban que prefieren asistir a clases los días sábados, intersemestral o CELe donde solo se enfocan en esa materia durante varias horas al día. Adicional a ello, mencionan que clases sabatinas en CELe o intersemestrales son más dinámicas, no son tediosas, escuchan audios, la atención por parte de los profesores es más personalizada y los profesores son más divertidos.

A continuación se presenta el cuadro n. 2 donde se describen algunas diferencias que mencionaron los alumnos de acuerdo a las clases que han tomado en diferentes niveles.

Cuadro n. 2 Cuadro comparativo acerca de las clases de inglés Currícular/DAL y CELe, cursos sabatinos o intersemestrales.

Currícular/ DAL	CELe, cursos sabatinos o intersemestrales.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No designan un tiempo determinado para cada habilidad, en general practican todas durante la clase o a veces menos <i>listening</i> por falta de material.</li> <li>• Cada tema nuevo se ve solo en las unidades que especifica el libro como tal.</li> <li>• El grupo de alumnos es demasiado grande (aproximadamente 40 personas)</li> <li>• La mayoría de los profesores dan la clase en español</li> <li>• Los profesores no motivan a sus alumnos para su aprendizaje (llegan con apatía, flojera, sin entusiasmo o falta de confianza en sí mismos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcan la diferencia entre las cuatro habilidades, ya que a cada una le dan cierto tiempo.</li> <li>• Al abordar un tema el profesor explica detalladamente, de forma precisa y personalizada de acuerdo a las dudas de los alumnos.</li> <li>• El grupo de alumno es reducido (máximo 20 personas)</li> <li>• La mayoría de los profesores dan su clase en inglés como tal y muy pocas veces hablan español</li> <li>• Los profesores motivan el aprendizaje de los alumnos mediante el ambiente generado en sus clases (entusiastas, realizan dinámicas o actividades para reforzar el tema que se esté viendo)</li> </ul>

FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Por otra parte, los alumnos mencionan que les gustaría practicar más la habilidad oral (*speaking*), que no sea sólo gramática o tiempos verbales lo que les enseñen. También les gustaría que los profesores que impartan esta asignatura estén preparados, en este caso que cuenten con alguna certificación o por lo menos que hablen el idioma dentro del aula, y de manera adicional, los alumnos agregaron algunos comentarios, entre ellos opciones que les gustaría se incrementaran dentro del Centro Universitario.

- Certificación de los profesores
- Clubs de conversación
- Curso adicional a clases de inglés especializado (inglés técnico)
- Fomentarles a los estudiantes el aprendizaje del inglés, porque no tienen ganas de aprender.
- Mayor difusión al inglés (inscripciones, cursos, actividades en relación)

- Que los profesores no den otro nivel para el cual no estén aptos
- Uso de más recursos para la clase además del libro de texto.

Este componente engloba una actitud positiva por parte de los alumnos acerca de sus creencias y percepciones hacia el idioma inglés, ya que están plenamente conscientes de la necesidad en la actualidad acerca del uso de idioma no solo por necesidad de comunicación como primordial factor, sino dentro de dos ámbitos principalmente: el ámbito laboral, pues afirman que será de gran utilidad para desenvolverse dentro de este ámbito, sobretodo en puestos en los cuales pretenden desenvolverse en un futuro como prestadores de servicios y el ámbito educativo, en el cual el dominio del idioma les permitirá desarrollar sus habilidades del idioma no solo en clase de inglés sino en otras materias, en función de materiales en inglés o bien para postularse dentro de programas de movilidad académica.

### Componente afectivo

El componente afectivo de las actitudes está enfocado en la dimensión de agrado o desagrado de algo y la evaluación que se tiene respecto al objeto de manera sintetizada, se refiere a la parte emocional. Dentro de la investigación representó los gustos o disgustos que presentan los alumnos hacia el idioma inglés. Sobre este componente a un 64% de los alumnos encuestados sí les agrada el idioma inglés ya que han tenido un acercamiento a este idioma desde pequeños, pues mencionaban:

*“Se me facilita mucho y me gusta como tal hablarlo y bueno desde chiquita he tenido clases de inglés, mi hermano es más grande que yo entonces siempre me ha como enseñado, y como se me facilita me gusta, le agarro el gusto y ayudo a quien no pueda, ahorita que lo curso los sábados, si alguien no sabe o me pregunta me gusta enseñarle lo que yo sé, se lo brindo y después de inglés sí me gustaría aprender otro idioma pero sí es como primero terminar por completo, no sé un teacher’s o algo así y ya después meterme a otro” (Vianca, sexto semestre)*

*“Sí, bueno, a mí sí me gusta el inglés desde muchos años antes, mi madre estudió para intérprete traductora, me empezó a enseñar desde chiquito y bueno desde siempre me ha gustado el inglés” (Yehú, cuarto semestre)*

También se obtuvieron respuestas acerca de este componente de diferentes puntos de vista por parte de los estudiantes, que mencionaban ¿Qué les gusta del inglés y qué no?

Mencionan que les agrada: la pronunciación, en particular el acento británico y a algunos la gramática, lo que les provoca como tal emoción de poder entender a otras personas de otro idioma que no es el suyo. Sin embargo algunos otros mencionan que se les complica el idioma porque muchas veces ven los mismos temas entre los cuales mencionan el reconocido verbo “to be”, condicionales, voz pasiva, presente simple, que no significa que sean ya temas que dominen al cien por ciento. Lo que no les agrada de este idioma es cuenta con diferentes acentos como aquí en México en las diferentes regiones del país (el cambio de acento del norte del país y del centro o sureste), pues mencionan que se les dificulta un poco el poder comprender lo que dicen, además que existen muchos tiempos verbales y conjugación de verbos que no les permite tener una traducción literal para poder entender.

*“Desde pequeña he tomado clases de inglés, aprendo inglés, entonces pues sí vivo rodeada prácticamente de inglés, me gusta mucho la música en inglés, las películas, incluso las llevo a ver en inglés... hasta cierto punto siento que se me facilita y también creo que es el segundo idioma que debo aprender a hablar para después continuar con todos los demás” (Alex, sexto semestre)*

*“Sí me gusta, pero como que la gramática que maneja el inglés como que es muy confusa, las reglas con las que se escribe y todo, entonces maneja muchos tiempos, entonces es muy difícil, siento que es más difícil que el español, sí se me complica en ese sentido pero sí, sí me gusta (Luna, sexto semestre)*

*“Me gusta, bueno, eso sí, me gusta más hablarlo que escribirlo, porque aparte ya en el medio, trabajando o así, lo practicas y he experimentado el*

*comunicarme pues con una persona extranjera y conoces muchas cosas a pesar del sólo brindarle la información que el requiere” (Dora, octavo semestre)*

Por tanto, se cree que las respuestas de estos alumnos fueron en relación al acercamiento que cada uno de ellos ha tenido de forma particular hacia el idioma inglés, pues los que han tenido relación desde pequeños no tienen mayor conflicto con el idioma. Sin embargo, el resto que quizá su acercamiento ha sido solo por medio de la escuela, les es un poco difícil pues no hay algo que les motive como tal para aprenderlo, más bien, ven sólo la obligación de aprenderlo con el fin de pasar los créditos o de pasar la materia como tal, no ven más allá de su aplicación y utilidad en su vida.

De igual manera y en relación con las respuestas anteriores, se les pidió en el cuestionario que enumeraran de cuatro habilidades dentro del idioma inglés cuál les agrada más (ver tabla n. 19), siendo el escuchar (*listening*) lo que más les gusta, luego hablar (*speaking*), y las que no les agradan fueron el leer (*reading*) y escribirlo (*writing*).

Tabla n. 19 Habilidades del idioma inglés.

	Me encanta	Me gusta	No me gusta	Me desagrada
<b>Escuchar</b>	32%	27%	20%	21%
<b>Hablar</b>	29%	29%	21%	21%
<b>Escribir</b>	19%	19%	31%	31%
<b>Leer</b>	20%	26%	27%	27%

FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Estas respuestas obtenidas de acuerdo a las habilidades, se cree que están en función de las actividades que más practican por gusto particularmente, ya que la mayoría de los alumnos escuchan música por hobby y les atrae el hablar como tal el idioma, sin embargo las actividades que más practican y que de alguna manera se les hacen tediosas dentro del aula en sus clases de inglés son el escribirlo y

leerlo, por tanto, lo ven más como necesario por este motivo y no lo disfrutan como tal.

Dentro de este componente, los alumnos mostraron tanto actitudes positivas como negativas hacia el idioma inglés dentro de las positivas destaca su agrado hacia el idioma debido al acercamiento que cada uno ha tenido o tiene dentro de su vida diaria hacia este idioma, desde su núcleo familiar hasta el ambiente educativo, social, o laboral. Sin embargo mencionan su desagrado ante algunas situaciones como los tiempos verbales, la diferencia de acentos en la pronunciación, reglas gramaticales, dentro del ámbito educativo, así como a las diferentes habilidades del idioma las cuales fueron evaluadas según sus gustos.

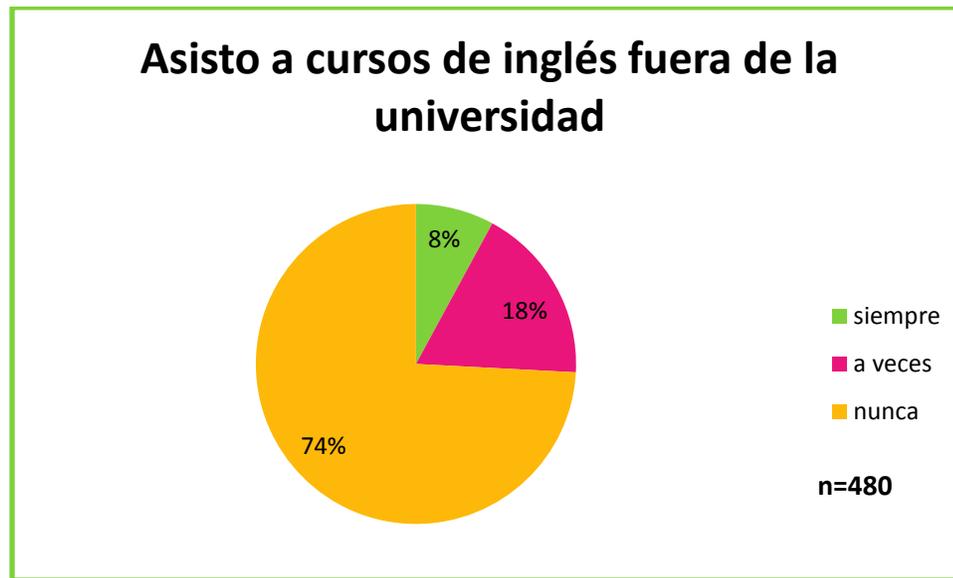
### Componente conductual

El componente conductual de las actitudes está enfocado a las tendencias a reaccionar, disposiciones o intenciones de actuar ante un ente. En este caso, se refirieron a las actitudes que tienen los alumnos hacia su formación en el idioma inglés y de las actividades que realizan acorde al idioma para fortalecer el mismo.

La investigación realizada permitió ver que de todos los estudiantes de la licenciatura a los que se aplicó el instrumento (480), sólo el 16% refuerzan su nivel de inglés por su propia cuenta con actividades extracurricular o en forma de hobby aparte de las actividades que por ende deben realizar en la escuela. Como ejemplo sólo un 8% de la población encuestada (ver gráfica n. 2) mencionaba que asiste a clases adicionales de inglés para reforzar su inglés, además de las que cursa en la universidad.

Algunos mencionaban algunas instituciones educativas como el Instituto Anglocultural Mexiquense o CELEX en Upiicsa del Instituto Politécnico Nacional, Harmon Hall y diferentes niveles como: básico 3, básico 5, intermedio, 7° para certificación CAE, B5, C1, D2, UPPER, etc.

Gráfica n.2. Alumnos que asisten a cursos de inglés fuera de la universidad.

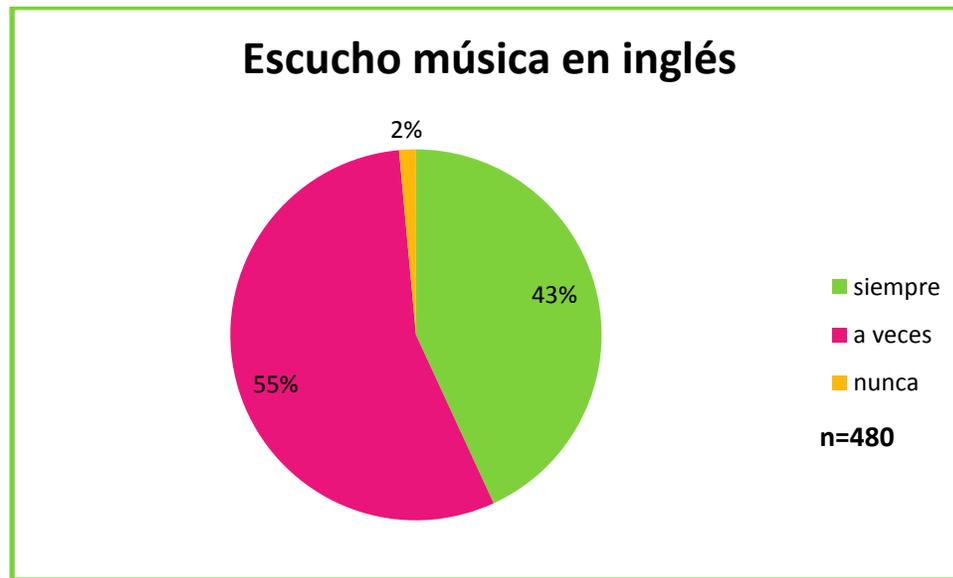


FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Y entre otras actividades que sí realizan se encuentra el escuchar música (ver gráfica 3), algunos mencionaban que un porcentaje de su repertorio de canciones es en inglés, algunos de ellos lo hacen con el fin de practicar su inglés por medio de la música y otros simplemente porque les agrada como tal la música o algún artista en específico, otros dicen practicar escuchando música en páginas de internet con las letras de las canciones para ver y escuchar la pronunciación.

Otros alumnos mencionaron que complementan su inglés viendo películas en inglés (ver gráfica 4), algunos con subtítulos, y otros comentan que las que ya han visto varias veces ya saben de lo que están hablando o incluso se saben un fragmento de los diálogos.

Gráfica n.3. Alumnos que escuchan música en inglés.



FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Gráfica n.4. Alumnos que ven películas en inglés.



FUENTE: Elaboración propia, a partir de los resultados obtenidos en trabajo de campo.

Adicionalmente algunos alumnos refieren actividades adicionales a éstas para fortalecer sus conocimientos sobre el inglés, entre ellas se ubican ver tutoriales, series, cursos en línea, cursos de verano, leer y contestar libros de texto, textos científicos o artículos de otras materias.

*“En internet hay un canal, una persona que enseña inglés igual basándose más en ejemplos y explicación de frases tal cual” (Mati, sexto semestre).*

*“Sí, por ejemplo tengo libros de inglés de la secundaria, la prepa, entonces son los que luego me pongo a contestar... y alternando lo que yo he visto para reforzar lo que he visto” (León, sexto semestre)*

*“Tuve la oportunidad de darle clases a unas chavas de prepa que se estaban preparando para hacer examen aquí para turismo, lo que yo hacía era apoyarlas en eso, y sí practiqué bastante, intente darles la clase en inglés, sí me entendían” (Vianca, sexto semestre)*

*“Pues me gusta ver las películas en inglés con subtítulos para relacionar la pronunciación de las palabras, el contexto y pues yo siento que la música en inglés es lo que me ha ayudado mucho, pues tener un mejor vocabulario porque pues escucha y es como uno aprende uno las palabras y sus diferentes significados” (Alex, sexto semestre)*

Dentro de este componente se mostraron de manera general actitudes negativas ante este componente, ya que el 84% de la población de alumnos que participaron dentro del estudio no actúan de manera adicional con el fin de mejorar o incrementar su nivel de inglés a parte de sus clases dentro del centro universitario, pues solo un 16% refuerza su aprendizaje con alguna actividad extra como acudir a cursos fuera de la institución, dado que las que ellos mencionan como ver películas, escuchar música, ver tutoriales, etc. no son actividades que hagan en forma de rutina o con perseverancia por aprender el idioma inglés, sino mas a manera de hobby es como las realizan.

De manera general, considerando los tres componentes (cognitivo, afectivo y conductual), las actitudes que nos permitió ver esta investigación fueron tanto positivas como negativas, dominando las actitudes negativas ante la participación activa de 480 alumnos de la licenciatura de los 598 inscritos en el semestre 2015-B al contestar el cuestionario de actitudes como un ejercicio de introspección, con el objeto de obtener datos sinceros, en donde no se apresuró al alumno y no se le

propuso un límite de tiempo para la contestación de este instrumento, únicamente se concreto como fin cumplir el objetivo principal de la investigación.

## CONCLUSIONES

El aumento de la actividad turística y la importancia que el turismo genera para el sector económico del país exige la necesidad de una mayor preparación por parte de los profesionales en turismo, en donde el dominio del idioma inglés juega un papel importante. De tal forma, en este trabajo de investigación se buscó conocer la importancia que tienen las actitudes por parte de los alumnos del CUTex hacia el idioma inglés. Algunos estudios que se han realizado con respecto a las actitudes hacia el idioma inglés demuestran que las actitudes de los estudiantes hacia el idioma inglés son muy diversas, pues dependen de diferentes factores como lo son la nacionalidad, edad, género, cultura, condiciones sociales, educativas y lingüísticas, así como la línea de estudio a la que estén enfocados los estudiantes.

La presente investigación tuvo como objetivo, analizar las actitudes que tienen los estudiantes de la licenciatura en turismo hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Los resultados fueron, en síntesis, que en cuanto al componente cognitivo las actitudes son tanto positivas como negativas, por una parte los alumnos están plenamente conscientes de la necesidad en la actualidad acerca del uso de idioma no solo por necesidad de comunicación como primordial factor, sino dentro de dos ámbitos principalmente: el ámbito laboral y el ámbito educativo. Sin embargo por otra parte los alumnos mostraron actitudes negativas al opinar acerca de sus clases de inglés dentro del CUTex de manera curricular. En cuanto al componente afectivo, los alumnos mostraron tanto actitudes positivas como negativas hacia el idioma inglés. Dentro de las positivas destaca su agrado hacia el idioma debido al acercamiento que cada uno ha tenido o tiene dentro de su vida diaria hacia este idioma, desde su núcleo familiar hasta el ambiente educativo, social, o laboral. Sin embargo mencionan su desagrado ante algunas situaciones como los tiempos verbales, la diferencia de acentos en la

pronunciación, reglas gramaticales, entre otros. En relación con el componente conductual, se mostraron de manera general actitudes que pudieran ser calificadas como negativas, ya que el 84% de la población de alumnos que participaron dentro del estudio no actúan de manera adicional con el fin de mejorar o incrementar su nivel de inglés a parte de sus clases dentro del centro universitario. Solo un 16% refuerza su aprendizaje con alguna actividad extra como acudir a cursos fuera de la institución, dado que las que ellos mencionan como ver películas, escuchar música y ver tutoriales, no son actividades que hagan en forma rutinaria o con perseverancia por aprender el idioma inglés.

En general, considerando los tres componentes, las actitudes que nos permitió ver esta investigación fueron tanto positivas como negativas dominando las actitudes negativas ante la participación activa de 480 alumnos de la licenciatura de los 598 inscritos en el semestre 2015-B al contestar el cuestionario de actitudes como un ejercicio de introspección. Dentro de los resultados obtenidos, también se pudo observar que la enseñanza del inglés dentro del CUTex no está centrada en un enfoque comunicativo, ya que no se está dando al idioma inglés el énfasis que este enfoque defiende del idioma como medio de comunicación de manera funcional, pues si este enfoque se persiguiera, los alumnos de la licenciatura en turismo, tendrían que desarrollar entre sus habilidades un amplio vocabulario o frases comunicativas con relación al uso que se le da al idioma inglés dentro del ámbito turístico y el profesor jugaría un papel sólo como facilitador de aprendizaje y no como líder del proceso de instrucción, generando así un desarrollo de competencias comunicativas en el estudiante.

Así mismo, se pudo observar que las actitudes se caracterizan por ser experiencias subjetivas, las cuales derivan una evaluación hacia algo y pueden ser expresadas por medio del lenguaje o los actos de la persona (Castaño, 2005; Gargallo et al, 2007), lo cual muchas veces suponen la forma de actuar de una persona. Las actitudes que se representaron dentro de esta investigación sin duda están desarrolladas por distintas formas, las cuales contienen de cada estudiante un tono emocional dirigido en esta caso hacia el idioma inglés, la mayoría de ellas están basadas en la experiencia que ellos tienen dentro del tiempo que han

permanecido en la institución y los diferentes profesores que han contribuido en la formación del idioma, de tal forma que han repercutido en los estudiantes en su tendencia a actuar dentro de sus clases. Sin embargo, también pueden estar aunadas a situaciones deseables o no deseables y a la predisposición que se genera dentro de los estudiantes en sus clases de inglés, reflejadas en las acciones que mencionaban los alumnos como: aburrirse dentro de clase, salirse de clases, darle menos o mayor importancia a la asignatura.

Dentro de la investigación se logró observar una serie de categorías de las actitudes hacia el inglés según Pascual et al. (citado en Lasagabaster, 2004) las cuales recogen algunos argumentos de los estudiantes al responder la pregunta ¿Creen que es importante aprender inglés? Para lo cual, dentro de estas categorías la más importante razón por la que mencionaron los estudiantes fue por motivos económicos, pues destaca el uso laboral y profesional que les dará el idioma, la segunda opción más importante que mencionaban era la categoría de cuestión política, pues mencionaban el dominio del idioma inglés y su papel como *lingua franca* en el mundo. La tercera categoría fue la sociológica, pues mencionaban la importancia que tiene el idioma inglés como medio de comunicación con otras personas, en cuarta posición está la categoría de imposición en donde los alumnos refirieron el valor del idioma dentro de la licenciatura para poder titularse, como quinta categoría mencionaron la función del idioma de manera afectiva en la que mencionan que la importancia del inglés de manera personal o simplemente porque les llama la atención, en la sexta categoría mencionaron la parte cultural por la cual creen que es importante el idioma para conocer acerca de las diferentes expresiones culturales en específico acerca de la música o lecturas en inglés y la categoría menos importante y que no mencionaron fue la formación lingüística del inglés.

Dada la importancia de las actitudes hacia el idioma inglés dentro de la investigación social, y tras una revisión acerca del marco teórico y metodológico, se realizó una investigación de tipo exploratoria, la cual nos ofreció ciertas ventajas que nos permitieron examinar un tema (Pick, & López, 1998) y un contexto poco estudiados. Por tanto, el enfoque de esta investigación fue el mixto,

con el fin de realizar un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos y cuantitativos, tratando de lograr una perspectiva más profunda y detallada a la vez que más precisa sobre los resultados, de tal manera que los resultados obtenidos fueron lo más amplios y variados para poder realizar un análisis de tales actitudes (Hernández et al, 2006).

Se pretende que los resultados obtenidos de esta investigación puedan ser útiles en tener una visión diferente con respecto al idioma inglés en los diferentes actores involucrados para el aprendizaje del mismo (alumno-profesor-institución). De esta manera, los profesores pueden mirar a partir de las actitudes cómo poder trabajar de manera armónica con sus alumnos, adecuando su formación, estilo y métodos de enseñanza como crecimiento profesional. Y que la institución en conjunto con los docentes que imparten el idioma inglés pueda revisar la adecuación del idioma dentro del programa de la carrera, y que se tomen algunas acciones con el fin de fortalecer la enseñanza del idioma a través de la realización de talleres/actividades que sensibilicen a los alumnos para el aprendizaje del idioma inglés.

Por tanto, la interrogante que queda pendiente después de esta investigación es acerca de la motivación para el aprendizaje del idioma inglés de los estudiantes de la licenciatura en turismo. Pues pese a que los alumnos saben la importancia del inglés en su vida diaria y profesional, la mayoría de los estudiantes no se preocupan en hacer algo adicional a sus clases para reforzar estos conocimientos, y los que sí lo hacen, no es en forma de hábito, sino de forma esporádica. Por ende, quizá les falte iniciativa propia o alguna motivación, con el fin de crecer ellos mismos en el refuerzo del idioma como tal. ¿Por qué nadie se plantea otras actividades, como ir a practicar la pronunciación del inglés a algún lugar el fin de semana, o crear conversaciones entre amigos solo en inglés, círculos de estudio o alguna otra actividad extra? Se tendría que indagar a fondo acerca de cuáles son los motivos por los que no realizan alguna otra actividad que complemente su formación pues podría ser por distintos factores como falta de interés o iniciativa, falta de tiempo, o quizá por cuestión económica.

Se busca que esta investigación tenga trascendencia en conocer cuáles son las actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo del CUTex hacia el idioma inglés, con la finalidad de que apoye de manera institucional en la difusión del idioma y todas las actividades que podrían implementarse para favorecer estas actitudes por parte de los alumnos para su formación dentro del idioma inglés.

Por esta razón, se trató de eliminar aquellas limitaciones que pudieran afectar la investigación. Con respecto a la limitación en recolección de datos se llevó la utilización del método mixto con el fin de cubrir los vacíos de la investigación cualitativa y cuantitativa, por otro lado con el fin de que respondieran de manera verídica a la investigación se busco reflejar o mostrar ante los estudiantes empatía. Sin embargo, una limitación que no se pensó pudiese haber afectado fue la poca participación voluntaria por parte de los alumnos principalmente en los grupos focales, sin embargo se cubrió dentro de la etapa cuantitativa, en la cual se obtuvo la participación de un 80% de la población inscrita en la licenciatura.

## **FUENTES DE CONSULTA**

- Absolut Canadá (s/f). Lenguas oficiales de Canadá. <http://www.absolut-canada.com/lenguas-oficiales-de-canada/#> consultado el 4 de noviembre de 2014.
- Aignerren, M. (s/f). Técnicas de medición por medio de escalas. <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/6552/600> Consultado el 7 de julio de 2014.
- Alonso, A. (2006). La competencia intercultural en la enseñanza del inglés dentro del contexto turístico. *Encuentro*. Vol.16, pp. 17-26.
- Álvarez, M. (2011). Aprendizaje de lenguas extranjeras y su relación con el contexto. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, n. 17, pp. 107-116.
- Asunción-Lande, N. (s/f). Comunicación intercultural.pdf
- Barrantes, Echavarría, R. (2012). *Investigación Un camino al conocimiento. Un enfoque cuantitativo y cualitativo*. Editorial Universidad Estatal a Distancia.

- Cano, A. (2005). La enseñanza y aprendizaje del idioma inglés en la Secretaría de Educación Jalisco. *REICE Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Vol. 3 n.1 pp. 594-597.
- Casamada (s/f). La planificación lingüística en Canadá. Universidad de Barcelona [www.raco.cat/index.php/Bells/article/download/98172/14892](http://www.raco.cat/index.php/Bells/article/download/98172/14892) consultado el 25 de febrero de 2015.
- Castaño, J. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Ed. Thomson. pp.185-190.
- Control Escolar (2015) Comunicación personal sobre cifras de ingreso, permanencia y egreso de la Licenciatura en Turismo, Centro Universitario UAEM Texcoco, 17 de febrero de 2015.
- Da Silva, H y Signoret, A (2005). *Temas sobre la adquisición de una segunda lengua*. Editorial Trillas pp. 51-54.
- Datatur (s/f). Principales Indicadores de Coyuntura del Sector Turismo en México en 2014. <http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx> consultado el 15 de octubre de 2014.
- De la Mora, J. (1977). *Psicología del aprendizaje*. Formas 2. Editorial progreso, S. A. de C. V. pp. 31-40.
- Dirección de aprendizaje de lenguas (s/f) examen por competencias UAEM. <http://www.uaemex.mx/dal/revalidaciones.html> consultado el 8 de septiembre de 2014.
- Escobar y Bonilla (s/f). Grupos focales: una guía conceptual y metodológica. Universidad El Bosque. *Cuadernos hispanoamericanos de psicología*. pp. 51-67.
- España, C. (2010). El idioma inglés en el currículo universitario: importancia, retos y alcances. *Revista Electrónica Educare*. Vol.XIV n. 2 pp. 63-69.
- Espí, M. y Arzumendi, M (1996). Motivación, actitudes y aprendizaje del español como lengua extranjera. *RESLA* , n. 11 pp. 63-76.

- Gargallo, B. et al. (2007). La evaluación de las actitudes ante el aprendizaje de los estudiantes universitarios. El cuestionario CEPAVU. Teoría de la educación. *Educación y cultura en la sociedad de la información*, vol.8, n. 2 pp. 238-256.
- Harmer J (2007). *The practice of english language teaching*. Pearson longman. Fourth edition pp. 19-24.
- Hernández, Sampieri, R. et al. (2006). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, Sampieri, R. et al. (2007). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill. INEGI (s/f). Estadística, censos y conteos de población y vivienda. Acerca del censo <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/presentacion.aspx> consultado el 23 de abril de 2015
- Hernández, Sampieri, R. et al. (2010). *Metodología de la investigación*. Editorial Mc Graw Hill.
- INEGI (s/f). Estadística, censos y conteos de población y vivienda. Acerca del censo <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/presentacion.aspx> consultado el 23 de abril de 2015
- INEI Instituto Nacional de Estadística Informática (s/f). Estadísticas, censos. <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/> consultado el 23 de abril de 2015
- Instituto Politécnico Nacional. (s/f). centro de lenguas extranjeras. <http://www.stomas.cenlex.ipn.mx/OferataAcademica/Paginas/ingles.aspx> Consultado el 2 de noviembre de 2014.
- Kirigin, D. (s/f). Importancia del idioma inglés en la universidad de san francisco Xavier de Chuquisaca para el intercambio estudiantil docente. [www.virtualeduca.org/.../ImportanciadelidiomainglesenSanFranciscoXavi](http://www.virtualeduca.org/.../ImportanciadelidiomainglesenSanFranciscoXavi). Consultado el 3 de julio de 2014.
- Lasagabaster, D. (2004). *Estudios de lingüística aplicada: Un análisis de las actitudes hacia el inglés como lengua extranjera por medio de grupos de discusión*. Año 22, n. 40 pp. 91-113.

- Lin, H y Warden, C. (1998). Different Attitudes Among Non-English Major EFL Students. Cyaoyang University of Technology. The Internet TESL Journal, Vol. IV, n. 10: s/p.
- Lorenzo, M. L. (2006). El uso del inglés como lengua franca: El imperialismo del estándar y los prejuicios lingüísticos. Universidad de las palmas de gran canaria. [http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/4049/1/0234349\\_00006\\_0025.pdf](http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/4049/1/0234349_00006_0025.pdf). Consultado el 5 de julio de 2014.
- Mansfield, G y Poppi, F. (2012). The english a foreing lenguaje/ lingua franca debate: sensitising teachers of english as a foreing language towards teaching english as a lingua franca. Universidad Nacional de Colombia. *PROFILE*, vol. 14, n.1 pp. 159-172.
- Medina y Espinoza. (s/f). El modelo de innovación curricular de la UAEM. Una aproximación. [www.sectec.udg.mx/retosyexpec/.../Ponencia143.doc](http://www.sectec.udg.mx/retosyexpec/.../Ponencia143.doc) Consultado el 5 de enero de 2015
- Meza, M. y Turci, S. (2007). Uso de materiales instruccionales para el desarrollo de la destreza oral en un curso de Inglés III para las carreras de Comercio Exterior, Turismo y Hotelería en la Universidad Simón Bolívar. *Revista de investigación*. n.61 pp. 67-84.
- Navarro, D y Piñeiro, M. (2011). Fortalezas y limitaciones con relación a los métodos empleados en la enseñanza y aprendizaje del inglés en escuelas públicas: un estudio de casos. *Intercedes: revista de las sedes regionales*, vol.XII n. 23 pp. 116-132.
- Norris-Holt, J. (2002). An investigation of japanese high school students' attitudes towards the study of english. <http://www.apacall.org/member/sonjb/sllt/2/Norris-Holt02.htm>. Consultado el 29 de agosto de 2014.
- Olvera, J. (2015). Segundo informe. Administración 2013-2017. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Pacheco, M. et al. (2012). La escuela para el sujeto y las condicionantes estructurales: caracterización de los estudiantes de la Licenciatura En Turismo Del Centro Universitario UAEM Texcoco. *Periplo sustentable* n.23 pp. 79-112.

- Patiño, M. (2013). Actitudes lingüísticas hacia la lengua guaraní de los estudiantes del segundo curso, turno noche, del nivel medio del Colegio Nacional EMD Dr. Fernando de la Mora. Ponencia presentada en el VI taller: “Paraguay desde las ciencias sociales”, en la Universidad de Buenos Aires Argentina, Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe *Revista Paraguay desde las Ciencias Sociales*, n. 3, pp. 41-60.
- Pérez et al. (2011). Metodología para la elaboración de libros de texto en la enseñanza del inglés con fines turísticos. *Ciencias Holguin*. Vol. XVII n.2 pp. 1-10.
- Pick, S & López A. (1998). Como investigar en las ciencias sociales. Editorial trillas. 5° edición. México pp 25.
- Rizo, M y Romeu, V. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. pdf
- Rojo, G (1979). Aproximación a las actitudes lingüísticas del profesorado de E.G.B en Galicia. Instituto de ciencias de la educación. Universidad de Santiago Compostela, pp. 7-13.  
[http://gramatica.usc.es/~grojo/Publicaciones/Aproximacion\\_actitudes\\_linguisticas\\_profesorado\\_EGB.pdf](http://gramatica.usc.es/~grojo/Publicaciones/Aproximacion_actitudes_linguisticas_profesorado_EGB.pdf) Consultado el 20 de noviembre de 2014.
- Rojo, V. et al. (2005). Una aproximación a las actitudes lingüísticas del alumnado autóctono e inmigrante en Euskadi y Cataluña. *Revista de Psicodidáctica*. Vol. 10 n. 1 pp. 75-83. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea Vitoria-Gazteis, España
- Rosas, M. (1997) persistencia y cambio en la enseñanza y aprendizaje del inglés. *Literatura y Lingüística*. n.10.
- Rueda, M y Wilburn, M. (2014). Enfoques teóricos para la adquisición de una segunda lengua desde el horizonte de la práctica educativa. *Perfiles educativos*. IISUE-UNAM. Vol XXXVI n.143 pp. 21-28.
- Ruiz, E. (2010). El aprendizaje del inglés en el curriculum de la Universidad Autónoma del Estado de México: Un estudio de caso 2004:2009. Universidad Autónoma del Estado de México. En Mendoza, N, et al. *Pensar Las Lenguas*.

Memorias de la segunda jornada de investigación en lenguas. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Estudios Superiores Zaragoza. pp. 108-117.

- Sayed, A y Muhammad, A. (2012). English language preparation of tourism and hospitality undergraduates in Egypt: Does it meet their future workplace requirements? *Journal of Hospitality Leisure, Sport y Tourism Education*, vol. 11 pp. 93-100.
- Sectur, (s/f). Guía de escuelas de Turismo. <http://www.sectur.gob.mx/ictur/cultura/educacion/guia-de-escuelas/> Consultado el 11 de noviembre de 2014.
- StudyLands (s/f). las lenguas habladas en República Dominicana. <http://www.studylands.com/es/guia-paises/DO-language.htm> Consultado el 7 de noviembre de 2014.
- Trejo Y Us. (2010). *Diccionario de didáctica de lenguas extranjeras*. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Tsuda, S. (2003). Attitudes toward English Language Learning in Higher Education in Japan: Raising Awareness of the Notion of Global English. *Intercultural Communication Studies XII-3* pp. 61-75.
- UAEM. (2003). Licenciatura en turismo. Programa de instrumentación. Plan 05. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Turismo.
- UAEM. (2003). Secretaria de docencia. Programa de institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés C1. Universidad Autónoma del Estado de México.
- UAEM. (2003). Secretaria de docencia. Programa de institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés C2. Universidad Autónoma del Estado de México.
- UAEM. (2005). Secretaria de docencia. Programa de institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés D1. Universidad Autónoma del Estado de México.

- UAEM. (2005). Secretaria de docencia. Programa de institucional de enseñanza de inglés. Unidad de aprendizaje: Inglés D2. Universidad Autónoma del Estado de México.
- UAEM. (2007). Secretaria de docencia. Programa de de estudios por competencias. Inglés Gramatical. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Universidad de Guadalajara. (s/f). Maestría en enseñanza del inglés como lengua extranjera. <http://www.udg.mx/es/oferta-academica/posgrados/maestrias/maestria-en-ensenanza-del-ingles-como-lengua-extranjera> Consultado el 2 de noviembre de 2014.
- Uribe, C. (2006). *Estudios de lingüística aplicada: La lengua francesa como opción en los estudios de licenciatura: actitudes de alumnos universitarios*. Año 22, n. 43 pp. 125-141.
- Varela, R. (2007). Hacia una caracterización del inglés para fines específicos (turismo). *Didáctica (lengua y literatura)*. Vol.19, pp. 327-345.
- Wardhaugh, R. (1992). *An introduction to sociolinguistics*. Editorial wiley-blackwell. 2nd edition pp. 56-58.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1. INSTRUMENTO PARA GRUPOS FOCALES.**



**Universidad Autónoma del Estado de México**  
**Centro Universitario UAEM Texcoco**  
**Licenciatura en Turismo**

Objetivo: Analizar las actitudes que tienen los estudiantes de la licenciatura en turismo hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco.

1. ¿Creen que es importante aprender inglés?
2. ¿Les gusta el inglés? ¿Por qué?
3. ¿Qué les gusta del inglés y qué no?
4. ¿Creen que el inglés será de utilidad en su vida?
5. ¿Por cuánto tiempo han estudiado inglés?
6. ¿Además de tomar clases en la universidad, hacen o han hecho alguna otra actividad para fortalecer su nivel de inglés?
7. ¿Qué opinan de las clases de inglés que toman en el CU UAEM Texcoco?
8. ¿Les gustan sus clases de inglés?
9. ¿Qué opinan de su profesor de inglés?
10. ¿Qué opinan de la forma de enseñanza del inglés en el CU Texcoco?
11. ¿Hay algún comentario que deseen agregar?

**ANEXO 2. INSTRUMENTO PARA REGISTRO DE GRUPOS FOCALES.**



**Universidad Autónoma del Estado de México  
 Centro Universitario UAEM Texcoco  
 Licenciatura en Turismo**

**Formato de registro**

N. de grupo focal:	Fecha:		
N. de grabación:			
Horario:	Lugar:		
Grupo:			
Semestre:			
Nombre de los participantes		Edad	Sexo (H/M)
Comentarios:			

### ANEXO 3. INSTRUMENTO PARA ENCUESTA.



Universidad Autónoma del Estado de México  
Centro Universitario UAEM Texcoco  
Licenciatura en Turismo

Folio:

#### ACTITUDES DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN TURISMO DEL CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO HACIA EL IDIOMA INGLÉS.

Esta encuesta tiene como objetivo analizar las actitudes que tienen los estudiantes de la Licenciatura en Turismo hacia el idioma inglés en el Centro Universitario UAEM Texcoco. Por tanto, tu opinión como estudiante es fundamental, ten por seguro que la información recabada en esta encuesta será confidencial, anónima y sólo para fines académicos y de investigación. Te pedimos leas cuidadosamente las instrucciones.

I. **Instrucciones:** Anota tu edad y marca con una "X" los datos que se te solicitan según tu condición.

1. **Edad:** \_\_\_\_ años

2. **Género:**

- Masculino
- Femenino

3. **Turno:**

- Matutino
- Vespertino

4. **Semestre:**

- 1°
- 3°
- 5°
- 7°
- 9°

5. ¿Cursas actualmente algún nivel de inglés? Si  No

**\*Si respondiste SI a la pregunta anterior, contesta la siguiente, si respondiste NO, pasa a la siguiente página.**

6. ¿Cursas inglés....

Si cursas dentro de la universidad, selecciona una opción:

- \* Propedéutico 1
- \* Propedéutico 2
- \* C1
- \* C2
- \* D1
- \* D2

Si cursas fuera de la universidad, indica el nivel:



Universidad Autónoma del Estado de México  
Centro Universitario UAEM Texcoco  
Licenciatura en Turismo

II. **Instrucciones:** SOLO PARA QUIENES NO TOMAN ALGÚN NIVEL DE INGLÉS. Subraya la opción que mejor represente tu opinión.

1. No estudio el idioma inglés dentro de la universidad porque...
- a) Aún no me corresponde tomarlo
  - b) El nivel de enseñanza no es bueno
  - c) Los profesores no están lo suficientemente preparados
  - d) Siento que no aprendo
  - e) No paso de niveles básicos
  - f) Ya tengo el nivel de inglés requerido
  - g) Otro. Especificar:

**SECCIÓN 1**

III. **Instrucciones:** A continuación se presenta un listado de oraciones. Marca con una "X" la opción que mejor represente tu opinión.

	De acuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	Desacuerdo
1. El idioma inglés se usa actualmente en todo el mundo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Tendré más oportunidades laborales si aprendo inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Preferiría aprender otro idioma que no sea el inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Se me dificulta aprender el inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. El inglés es indispensable para la carrera en turismo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. El inglés es indispensable para mis planes laborales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. El inglés me permitirá comunicarme con personas de otros países	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. El inglés es de utilidad en mi vida diaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. En general me gusta el idioma inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Prefiero el acento británico que el americano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Universidad Autónoma del Estado de México  
Centro Universitario UAEM Texcoco  
Licenciatura en Turismo

	Siempre	A veces	Nunca
11. Escucho música en inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Veo películas en inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Refuerzo mi nivel de inglés por mi propia cuenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Utilizo recursos electrónicos para practicar mi inglés por mi propia iniciativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Utilizo el idioma inglés en otras asignaturas (lecturas, por ejemplo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Relaciono mis conocimientos acerca del idioma inglés en otras materias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Mis profesores de otras materias involucran actividades o tareas en inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Asisto a cursos de inglés fuera de la universidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

IV. **Instrucciones:** Anota dentro del círculo un número del 1-4 a las siguientes actividades del idioma inglés conforme a tus gustos, siendo 1 la que más te guste y 4 la que menos te guste. Por favor **NO REPITAS** números.



1. Escuchar (listening)



2. Hablar (speaking)



3. Escribir (writing)



4. Leer (reading)



Universidad Autónoma del Estado de México  
Centro Universitario UAEM Texcoco  
Licenciatura en Turismo

SECCION 2 (UNICAMENTE PARA 3°, 5°, 7°, 9° SEMESTRES)

Responde la siguiente sección **SOLO** si tomas o tomaste clases de inglés dentro de la Licenciatura en Turismo (no incluye CEle)

V. **Instrucciones:** A continuación se presenta un listado de oraciones. Marca con una "X" la opción que mejor represente tu opinión.

	Siempre	A veces	Nunca
1. Cumpro con las tareas y actividades de mi clase de inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Asisto a mis clases de inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Trato de ser responsable en mis actividades dentro de mi clase de inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Hago mi mejor esfuerzo por aprender inglés en clase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Mi profesor motiva mi aprendizaje del idioma inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Mi profesor se auxilia de materiales diversos para su clase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. La actitud de mi profesor es motivante para aprender inglés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Me gusta la forma en que mi profesor de inglés me enseña	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Me agradan los materiales que utiliza mi profesor para la clase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Me gusta la pronunciación de mi profesor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GRACIAS POR TU COOPERACIÓN

Informes sobre el proyecto: mitzilulu92@gmail.com

## **ANEXO 4. PROCESO DE EJECUCIÓN DE UN CENSO (INEGI, s/f).**

### **Planeación y revisión de antecedentes**

- Se concreto como plan elaborar un instrumento que permitiera generar información acerca del tema de las actitudes dentro de la licenciatura del CUTex, se tuvo en mente una aproximación de la magnitud al saber cuántas personas se encontraban inscritas en ese periodo (2015-B), sin embargo debido a que el tema de las actitudes no se ha estudiado dentro de la licenciatura no se pudo obtener una revisión de antecedentes con respecto a experiencias censales anteriores del tema

### **Diseño conceptual y prueba de esquemas e instrumentos**

- Se llevo a cabo el diseño del instrumento y la elaboración de pruebas piloto con el fin de verificar el contenido del mismo, la forma en que se aplicaría y los posibles problemas o dudas que pudiese causar el instrumento a los estudiantes.

### **Preparación y actualización de la cartografía**

- Este paso se llevó a cabo dentro de la investigación al recolectar con el coordinador de la carrera información acerca del número de semestres existentes, su ubicación dentro del edificio y los diferentes horarios que cada grupo tenía. Con el fin de no dejar fuera a ningún grupo dentro del instrumento aplicado.

### **Conteos previos**

- El conteo previo del universo en que se realizó este instrumento, se obtuvo al tener como dato, las listas de los diferentes grupos inscritos durante el periodo 2015-A y la información aproximada por grupo en el 2015-B.

### **Comunicación**

- Se informó a la población sobre la aplicación del instrumento, el objetivo de la investigación y se invitó a que se mantuvieran pendientes mediante el correo electrónico de la investigadora (anotado en la parte inferior del instrumento) o en la coordinación de la licenciatura, para mayor información con respecto a los resultados una vez concluida la investigación.

### **Planeación detallada**

- Mediante el número de los alumnos inscritos durante el periodo 2015-B se realizó la aproximación total de la población y con ello se llevó a cabo la cuantificación aproximada de los recursos financieros (presupuesto aproximado para las copias del instrumento) y recursos materiales a utilizar (número de copias de instrumentos y lapiceros).

### **Capacitación**

- Este paso se llevó a cabo mediante las instrucciones de como se llevaría a cabo el levantamiento de la información por grupo, por parte del asesor del trabajo de investigación así como la participación de una persona quien avudo a la recolección de esta información.

### **Levantamiento censal**

- Se llevo a cabo al aplicarse el instrumento en todos los grupos inscritos dentro de la licenciatura de turismo en el CUTex.

### **Procesamiento y validación**

- Se capturaron todos los datos obtenidos del instrumento, así como el formato de vaciado de los resultados, para después poder dar un análisis .

### **Impresión y difusión**

- La presentación de los resultados se presentará a través de este trabajo de investigación y de manera oral en el examen profesional, con el propósito de facilitar a estudiantes, docentes y demás personal acerca de los resultados obtenidos de esta investigación.

## ANEXO 5. FORMATO DE EXCEL PARA VACIADO DE RESULTADOS DE ENCUESTAS (1).

Microsoft Excel - RESULTADOS GENERALES1.xlsx

Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista

Calibri 11 Fuente Alineación Número Estilos Celdas Modificar

Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar

A1 n. de folio

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
	n. de folio	edad	género	turno	semestre	cursas inglés	inglés en esc	nivel uaem	Cursas inglés fuera de la escuela	nivel	No estudio el idioma inglés dentro de la universidad porque.
1											
2	1	26	masculino	matutino	7	si	si	D1			
3	2	20	femenino	matutino	7	no	si	cele nivel 9		f	
4	3	22	femenino	matutino	7	si	si	C2			
5	4	24	masculino	matutino	7	si	si	D1			
6	5	21	masculino	matutino	7	si	si	C1			
7	6	21	femenino	matutino	7	si	si	D1			
8	7	21	femenino	matutino	7	si	si	D1			
9	8	23	masculino	matutino	7	no				b d	
10	9	17	femenino	matutino	1	no				a	
11	10	23	femenino	matutino	7	si	si	D1			
12	11	21	masculino	matutino	7	si	si	D1			
13	12	21	femenino	matutino	7	si	si	C1			
14	13	21	femenino	matutino	7	si	si	D1			

RESULTADOS GRALES Hoja1 edad genero turno semestre cursas ingles ni

Listo 100%

## ANEXO 5. FORMATO DE EXCEL PARA VACIADO DE RESULTADOS DE ENCUESTAS (2).

Microsoft Excel - RESULTADOS GENERALES1.xlsx

Inicio | Insertar | Diseño de página | Fórmulas | Datos | Revisar | Vista

Calibri 11 | Fuente | Alineación | Número | Estilos | Celdas | Modificar

Formulario: Formato condicional, Dar formato como tabla, Estilos de celda, Insertar, Eliminar, Formato, Ordenar y filtrar, Buscar y seleccionar

Barra de fórmulas: A1 | n. de folio

	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	escuchar	hablar	escribir	leer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	1	3	1	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2				
3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2				
4	3	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	3	4	1	2	2	3	3	1	3	3	1	3			
5	3	3	2	1	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2			
6	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	4	3	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1	2			
7	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	2	4	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3			
8	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	4	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	3			
9	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	3	4	1	2	1	1	3	3	3	2	1	1	2		
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	4	3													
11	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	2	2	3	1	1	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2			
12	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2	1	3	1	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3			
13	3	3	1	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	4	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3			
14	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	1	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3				
15	3	3	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	3	4													
16	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1	4	2	3													
17	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	1	2	4												
18	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	4	2	1	3													
19	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	4	2													
20	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	4	3													
21	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	4													
22	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	4	3													

Barra de estado: Listo | RESULTADOS GRALES | Hoja1 | edad | genero | turno | semestre | cursas ingles | ni | 70%