

**PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN  
AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD  
DE IPIALES-NARIÑO.**



Universidad  
del Cauca

**LILIAN MARCELA FIERRO PAZOS.**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

**PROGRAMA DE TURISMO.**

**POPAYÁN.**

**2018**

**PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN  
AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD  
DE IPIALES-NARIÑO.**



Universidad  
del Cauca

**LILIAN MARCELA FIERRO PAZOS.**

**Plan de trabajo de la práctica profesional para optar al título de Profesional en Turismo.**

**MARÍA FERNANDA MORENO PRADO.**

**Asesora Académica.**

**ROMEL VILLOTA MENA.**

**Asesor Empresarial.**

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

**PROGRAMA DE TURISMO.**

**POPAYÁN.**

**2018.**

## **AGRADECIMIENTOS.**

“No temas, porque yo estoy contigo; no te desalientes, porque yo soy tu Dios. Te fortaleceré, ciertamente te ayudaré, sí, te sostendré con la diestra de mi justicia.”

Isaías 41:10

A Dios por ser mi Padre Celestial, quien me sostiene, me ayuda y me da fuerza.

A mis Padres Liliana y Romel, por su dedicación, paciencia y esfuerzo en mi camino.

A mis hijos Christy y Eliam, por ser el motor de mi existencia, mi luz y mi energía.

Especiales agradecimientos al docente Mauricio Manrique, por su amistad, y valiosos aportes en mi vida y mi carrera profesional.

Agradecimientos a mi asesora académica María Fernanda Moreno por su paciencia y compromiso en este proceso,

A la empresa Nova Tours S.A.S, por creer en mí y permitirme desarrollar este proyecto.

A la docente Isabel Gonzales, directora del CES, por su comprensión y apoyo.

A Amparo Urbano, por su cariño y ayuda desinteresada.

A Lorena Andrade, por su amistad incondicional.

A todos y cada uno de mis estudiantes que, a lo largo de estos años de experiencia en la enseñanza del inglés, me permitieron creer que todo es posible.

## TABLA DE CONTENIDO.

<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.....</b>	<b>13</b>
1.1 Formulación del problema.....	13
1.2 Justificación.....	13
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	16
<b>2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.....</b>	<b>17</b>
2.1 Marco teórico.....	17
2.1.1 Gestión del conocimiento.....	17
2.1.2 Administración del personal.....	17
2.1.3 Habilidades del lenguaje.....	17
2.1.4 Técnicas de investigación.....	19
2.1.5 Estadística básica.....	19
2.1.6 Modelos pedagógicos del aprendizaje.....	19
2.1.7 Bussines English.....	20
2.1.8 Diagnóstico empresarial.....	20
2.1.9 Prestador de servicios turísticos.....	20

2.1.10 Operador turístico.....	21
2.1.11 Agencia de viajes.....	21
2.1.12 Producto Turístico.....	21
2.1.13 Programa Piloto de Capacitación.....	22
2.1.14 Implementación.....	22
2.2 Marco contextual.....	23
2.2.1 Promotora de turismo Nova Tours S.A.S .....	23
2.2.2 Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional.....	24
2.2.3 Agencia de Viajes de Paseoh.....	24
2.2.4 Agencia de Viajes Jovi Tours.....	25
2.3 Marco legal .....	26
<b>3. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA.....</b>	<b>27</b>
3.1. Descripción de las estrategias metodológicas.....	29
3.1.1 Exploración y observación .....	31
3.1.2 Técnicas de investigación .....	31
<b>4. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS.....</b>	<b>32</b>
4.1 Objetivo específico 1.....	32
4.1.1 Aplicación de encuesta sobre información de los empleados de las agencias de viajes participantes. ....	33
4.1.2 Aplicación de encuesta de evaluación de servicio al cliente.....	36
4.1.2.1 Modelos de evaluación del servicio al cliente.....	36

4.1.2.1. 1 Modelo SERVQUAL.....	39
4.1.2.1.1.1 Resultado modelo SERVQUAL.....	42
4.1.3 Aplicación de encuesta sobre conocimiento en idioma inglés.....	49
4.1.4. Aplicación de test de inglés.....	52
4.1.4.1 Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER). ....	52
4.1.4.2 Escalas de evaluación educativa. ....	54
4.1.4.3. Identificación de estrategias del aprendizaje.....	56
4.1.4.4 Estrategias de aprendizaje.....	56
4.1.4.5 Resultados test de inglés.....	57
4.1.4.5.1 Test inicial Reading.....	60
4.1.4.5.2 Test inicial Listening.....	62
4.1.4.5.3 Test inicial Speaking.....	64
4.1.4.5.4 Test inicial Writing.....	66
4.1.4.5.5 Análisis de resultados test iniciales.....	67
4.1.5 Análisis de resultados generales.....	70
4.2 Objetivo específico 2.....	72
4.2.1 Objetivo general del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.....	73
4.2.2 Objetivos específicos del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.....	74
4.2.3 Metodología.....	74

4.2.3.1 competencias que los estudiantes van a adquirir de acuerdo al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.....	75
4.2.4 contenidos del programa de capacitación bilingüe.....	76
4.2.4.1 Actividades recomendadas.....	83
4.2.4.1.1. Actividades recomendadas según las estrategias cognitivas del aprendizaje....	83
4.2.4.1.2. Actividades recomendadas según las estrategias afectivas y sociales del aprendizaje.....	84
4.2.4.1.3. Actividades recomendadas según las estrategias metacognitivas del aprendizaje.....	85
4.3 Objetivo específico 3.....	86
4.3.1 aplicación de test finales de inglés. ....	87
4.3.1.1 Test final Reading.....	87
4.3.1.2 Test final Listening.....	90
4.3.1.3 Test final Speaking.....	91
4.3.1.4 Test final Writing.....	94
4.3.2 Análisis de resultados.....	95
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>97</b>
<b>6. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>101</b>
<b>7. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>103</b>
<b>8. ANEXOS.....</b>	<b>109</b>

## ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Fundamentos normativos para las Agencias de Viajes.....	26
Tabla 2. Relación del método cualitativo de investigación con los objetivos específicos del proyecto.....	27
Tabla 3. Descripción metodológica de Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes.....	28
Tabla 4. Información de agencias ubicadas en el centro de la ciudad de Ipiales.....	29
Tabla 5. Encuesta 1: Información personal de atención al cliente agencias participantes.....	34
Tabla 6. Encuesta de evaluación de servicio al cliente, basada en el Modelo SERVQUAL.....	43
Tabla 7. Encuesta acerca del conocimiento en inglés al personal de atención al cliente.....	50
Tabla 8. Encuesta acerca del conocimiento en inglés al personal de atención al cliente de las agencias participantes, en las áreas de Speaking, Listening, Writing y Reading.....	51
Tabla 9. Escala descriptiva del nivel de conocimiento. ....	59
Tabla 10. Escala de resultados para aplicar a los test aplicados en las cuatro habilidades del lenguaje para el personal de las agencias de viajes.....	60
Tabla 11. Lectura para prueba de Reading “Hotels with a difference” .....	57
Tabla 12. Texto en audio para prueba de Listening. ....	62
Tabla 13. Contenidos gramaticales libro “New English File Elementary student’s book”.....	78
Tabla 14. Contenidos en turismo aplicados al programa de capacitación bilingüe para las agencias de viajes participantes. ....	78
Tabla 15. Contenidos en turismo aplicados al programa de capacitación bilingüe para las agencias de viajes participantes.....	81



Tabla 16. Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias cognitivas.....	83
Tabla 17. Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias sociales y afectivas. ....	86
Tabla 18. Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias metacognitivas. ....	88
Tabla 19. Escala de resultados para aplicar a los test aplicados en las cuatro habilidades del lenguaje para el personal de las agencias de viajes. ....	88
Tabla 20. Lectura “Holiday Report” para test de evaluación Reading.....	84
Tabla 21. Texto en audio para prueba de evaluación listening final.....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1. Descripción del proceso de elaboración del formato de evaluación de servicio al cliente.....	38
Figura 2. Identificación de las estrategias de aprendizaje para aplicar en el programa .....	57
Figura 3. Resultados prueba de Reading inicial para el personal de las agencias.....	61
Figura 4. Resultados prueba de Listening inicial para el personal de las agencias.....	63
Figura 5. Prueba de Speaking inicial para el personal de las agencias participantes.....	64
Figura 6. Resultados prueba de Speaking inicial.....	65
Figura 7. Resultados prueba inicial de Writing para el personal de las agencias .....	66
Figura 8. Resultados generales de los test iniciales aplicados en las habilidades del lenguaje para el personal de las agencias de viajes participantes.....	69
Figura 9. Resultados de evaluación prueba de Reading final para el personal de las agencias participantes.....	89
Figura 10. Resultados de evaluación prueba de Listening final para el personal de las agencias participantes.....	91
Figura 11. Resultados de evaluación prueba de Speaking final para el personal de las agencias participantes.....	93
Figura 12. Resultados de evaluación prueba de Writing final para el personal de las agencias de viajes participantes.....	94
Figura 13. Resultados de los test finales aplicados al personal de las agencias participantes...	95

**LISTA DE ANEXOS.**

Anexo A. Oficio de invitación para las agencias de viajes participantes.....	109
Anexo B. Formato de asistencia reunión informativa programa piloto bilingüe.....	110
Anexo C. Cuestionarios de información acerca de la formación profesional del personal de atención al cliente.....	110
Anexo D. Ficha técnica cuestionarios de información acerca de la formación profesional del personal de atención al cliente.....	111
Anexo E. Formatos encuesta de evaluación servicio al cliente.....	112
Anexo F. Ficha técnica encuesta de evaluación servicio al cliente.....	114
Anexo G. Ficha técnica cuestionarios de información acerca de conocimiento bilingüe al personal de atención al cliente.....	114
Anexo H. Formato de respuesta de selección múltiple Test Reading.....	115
Anexo I. Formato de respuestas Test Writing.....	116
Anexo J. Formato prueba de Evaluación Reading.....	118
Anexo K. Formato de respuestas Prueba Writing.....	119
Anexo L. Registro fotográfico.....	123

## INTRODUCCIÓN.

En un mundo tan cambiante como el nuestro, ciertos sectores como el comercial y en especial el sector turismo han experimentado un rápido crecimiento, convirtiendo al inglés en una lengua universal, por lo que se ha visto imperiosa la necesidad de estar a la par con este cambio.

Uno de los principales elementos que tiene el sector turismo y casi depende de él, es la atención al cliente. Un cliente que no se conforma con ser monolingüe, sino que desea estar a la vanguardia y fácilmente encontramos el cliente bilingüe y algunos de ellos políglotas. Las agencias de viajes tienen este tipo de acercamiento con el cliente, conocidas como proveedores y facilitadores de los servicios turísticos.

Una agencia de viajes es una empresa turística dedicada a la intermediación y organización de planes e itinerarios. Entre sus funciones también están la elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes.

El siguiente proyecto propone realizar el diseño de un Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en la atención al cliente, dirigido al personal de las agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño y para ello se pretende en primera instancia, elaborar un diagnóstico para entender las necesidades del bilingüismo dentro del sector. Finalizada esta etapa se realizará el diseño e implantación de un programa Piloto de Capacitación Bilingüe y se analizarán los resultados.

Este programa piloto de capacitación bilingüe constituye una idea transformadora de la gestión del conocimiento en el sector turismo, poniendo especial atención en ese primer encuentro con el cliente llamado así atención al cliente (customer service). Esta idea pretende dejar un legado de inversión intelectual de parte de los administrativos de las agencias de viajes de la ciudad de Ipiales.

## **1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO.**

### **1.1 Formulación del problema.**

La ciudad de Ipiales en el departamento de Nariño, es una ciudad fronteriza con el país de Ecuador. Se ha evidenciado que esta ciudad no se destaca por su cultura y buena atención, sobre todo con los turistas de habla inglesa que buscan información turística, planes y paquetes de turismo en el departamento. Así mismo los prestadores de servicios turísticos no están capacitados en una segunda lengua, punto primordial de las nuevas tendencias del turismo a nivel nacional e internacional. Tal información bilingüe no hace parte de la formación del personal en las agencias de viajes de la ciudad, la cual es importante como prestadora de servicios turísticos.

Debido a lo anterior surge la propuesta de diseñar un Programa de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de cuatro agencias de viajes de la ciudad de Ipiales-Nariño.

### **1.2 Justificación.**

Las agencias de viajes se constituyen como empresas que, por medio de la organización de su personal debidamente capacitado, acerca el producto turístico al consumidor.

La información de estas empresas de servicio se obtiene gracias a los proveedores de alojamiento, transporte, recreación y demás. Así la agencia de viaje puede realizar sus transacciones legales de compra y venta del servicio ofrecido.

Una agencia de viajes donde converge la interacción lingüística. Debe hacer uso correcto de las habilidades del lenguaje, (la lectura, la escritura, el habla y la escucha). Con más importancia si estas habilidades son bilingües. El cliente de hoy, es un cliente que está totalmente consciente de que al viajar una de sus principales inquietudes será el

comunicarse con efectividad en países donde su lengua nativa no tendrá mucha utilidad. Sin vacilación, el inglés es considerado el idioma de los negocios, pues las transacciones de las empresas se siguen haciendo en este idioma, que es el preferido en el mundo empresarial.

En este caso el inglés es considerado hoy como una lengua universal en el mundo de los negocios. De igual manera, el personal de la agencia de viaje está rodeado de información turística, comercial y de transacción en esta lengua.

El departamento de Nariño a través de sus agencias de viajes ofrece diversos productos turísticos, como turismo de aventura, turismo religioso, turismo de salud y turismo de negocios que han sido los llamativos para el centro y norte del país. La ciudad de Ipiales, por ser una ciudad que desde hace poco está estructurándose turísticamente no ha contado con una buena cultura al turista extranjero y mucho menos al cliente que desea conocer la información existente sobre la oferta del lugar en su idioma o al menos en inglés, que es un idioma más estandarizado.

En esa dinámica aparece Nova Tours S.A.S, una empresa joven y líder en cuanto a pedagogía del turismo se refiere, la cual quiere apostarle al turismo nariñense por medio de este Proyecto y es la que ayuda a consolidar la idea del mismo.

La capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que sabe realmente. Este Programa Piloto se consolida como una herramienta útil de la inversión intelectual que es de primordial necesidad en este tipo de empresas del sector turismo, sacando del anonimato a la dinámica turística nariñense.

Amadeus y la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO en el año 2011 dieron a conocer la implementación del programa de capacitación en idiomas 'Tell me more', que a través de la plataforma tecnológica Auralog ofrece un programa completo de bilingüismo.

Según la oficina de proyectos de ANATO, este programa solo tuvo vigencia de un año, empezando el 14 de noviembre de 2011 y finalizó el 30 de noviembre de 2012. Los estudiantes vieron dos niveles de inglés según el Marco Común Europeo.

Se realizó una convocatoria a nivel nacional, enviando comunicados para la inscripción de las personas, teniendo 150 cupos para la participación de agentes de viajes.

Actualmente no se cuenta con una propuesta estructurada para el sector de las agencias de viajes.

La oficina de proyectos de ANATO, manifiesta que en el departamento de Nariño no se ha tenido receptividad en cuanto a estas iniciativas y hay una fuerte resistencia en estudiar el idioma y comprometerse con él.

### **1.3 Objetivos.**

#### **1.3.1 Objetivo general.**

Diseñar un Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.

#### **1.3.2 Objetivos específicos.**

- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en bilingüismo, dirigido al personal de agencias de viajes.
- Diseñar el programa piloto de capacitación bilingüe a partir de los resultados, recomendaciones y conclusiones del diagnóstico realizado.
- Implementar el programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.



## **2. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA.**

### **2.1 Marco teórico.**

El desarrollo del eje teórico de este programa piloto de capacitación bilingüe se enmarca en el campo de los recursos humanos en la empresa y la pedagogía destacando la enseñanza en el idioma extranjero.

#### **2.1.1 Gestión del conocimiento.**

Es el proceso por el cual una organización, facilita la transmisión de informaciones y habilidades a sus empleados, de una manera sistemática y eficiente. (Archanco, 2011).

#### **2.1.2 Administración del personal.**

La idea de administración de personal, en este marco, alude a la dirección de las relaciones entre una empresa y los trabajadores. Esta administración implica la gestión de los recursos humanos de la entidad. (Pérez y Gardey, 2015).

#### **2.1.3 Habilidades del lenguaje.**

Las Habilidades o Competencias Comunicativas se entienden como un conjunto de procesos lingüísticos que se desarrollan durante la vida, con el fin de participar con eficiencia y destreza, en todas las esferas de la comunicación y la sociedad humana. Hablar, escuchar, leer y escribir son las habilidades del lenguaje. A partir de ellas, nos desenvolvemos en la cultura y la sociedad, y a través de su desarrollo, nos volvemos competentes comunicativamente.

El lenguaje verbal y el no verbal (cine, música, pintura, etc.), la diversidad lingüística, la gestualidad, la emocionalidad, la comprensión de las diferencias, las semejanzas entre el habla y la escritura y el papel mediador de la lectura, cimientan nuestra capacidad de

comprender, interpretar y elaborar contenidos comunicativos, para la interpretación del mundo, la expresión de la subjetividad y el ejercicio de nuestra ciudadanía.

Existen diferentes clasificaciones de habilidades comunicativas. Aquí presentamos algunas nociones básicas.

### ***Habilidades verbales de recepción.***

#### **Escuchar (Listening).**

Es la capacidad de sentir, de percibir sensorialmente lo que transmite otra persona, comprender el mensaje; este aspecto permite al oyente, evaluar la importancia de lo escuchado para responder acertadamente al interlocutor; exige además tomar conciencia de las posibilidades de tergiversación de los mensajes.

#### **Leer (Reading).**

La lectura es fundamental en el desarrollo de habilidades y competencias comunicativas del ser humano. Como realización intelectual, es un bien colectivo indispensable en cualquier contexto económico y social. Como función cognitiva, permite el acceso a los avances tecnológicos, científicos y de la información. Da la posibilidad de recrear y comprender mejor la realidad. Leer, es ser capaz de dialogar críticamente con el texto, tomar una postura frente a él y valorarlo integrándolo en el mundo mental propio.

### ***Habilidades verbales de emisión.***

#### **Hablar (Speaking).**

Se denomina hablar a la capacidad que tiene el ser humano de comunicarse mediante sonidos articulados. Estos sonidos son producidos por el aparato fonador, que incluye lengua, velo del paladar, cuerdas vocales, dientes, etc. Esta propiedad es distintiva en el hombre, ya que, si bien está presente en distintas especies del reino animal, es en la naturaleza del hombre en la que alcanza su más alta manifestación, en la medida en que despliega un altísimo grado de complejidad y abstracción en lo referente al contenido.

### **Escribir (Writing).**

La expresión escrita representa el más alto nivel de aprendizaje lingüístico, por cuanto en ella se integran experiencias y aprendizajes relacionados con todas las habilidades lingüísticas (escuchar, hablar y leer) y se ponen en funcionamiento todas las dimensiones del sistema lingüístico (fonológica, morfo-sintáctica, léxica-semántica y pragmática).

La escritura es una habilidad compleja, que implica que el escritor tenga conocimientos, habilidades básicas, estrategias y capacidad para coordinar múltiples procesos. (Segura, 2016).

#### **2.1.4 Técnicas de investigación.**

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados. (Centty, 2006).

#### **2.1.5 Estadística básica.**

Es la parte de las Matemáticas que se encarga del estudio de una determinada característica en una población, recogiendo los datos, organizándolos en tablas, representándolos gráficamente y analizándolos para sacar conclusiones de dicha población. (Barrios, 2005).

#### **2.1.6 Modelos pedagógicos del aprendizaje.**

Un modelo educativo consiste en una recopilación o síntesis de distintas teorías y enfoques pedagógicos, que orientan a los docentes en la elaboración de los programas

de estudios y en la sistematización del proceso de enseñanza y aprendizaje. (Pérez, 2008).

### **2.1.7 Business English.**

It is a form of English especially suited to international trade, commerce and finance. Business English is normally seen as a specialism within teaching and learning English, and it forms part of English for Specific Purposes. (English Club, 2016).

### **2.1.8 Diagnóstico empresarial.**

Si accedemos al diccionario de la Real Academia Española, encontraremos que el término diagnóstico procede de la palabra griega “diagnosis”, la cual traducida al castellano viene a ser lo mismo que “conocimiento”. Ahora si nos centramos en el mundo empresarial, este término hace referencia a aquellas actividades que se llevan a cabo para poder conocer de primera mano cuál es la situación de la empresa y sus principales impedimentos para lograr alcanzar sus objetivos.

Como en la mayoría de campos, existen multitud de diagnósticos para las empresas, algunos se centran únicamente en estudiar los procesos de producción y los consumidores, o incluso, en procesos de venta, entre muchos otros. Estos diagnósticos se realizan a través de metodologías específicas que permiten conocer todos esos detalles concretos de la compañía, lo que la sitúa como una herramienta necesaria y recomendada. (Díaz, 2013).

### **2.1.9 Prestador de servicios turísticos.**

Persona natural o jurídica que habitualmente proporcione intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios turísticos, el cual se

encuentra obligado a inscribirse en el Registro Nacional de Turismo antes de iniciar sus operaciones. (Mincomercio Industria y Turismo, 2011).

#### **2.1.10 Operador turístico.**

Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional para ser ofrecidos y vendidos a través de las agencias de viaje y turismo (mayoristas o minoristas); pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista. (Mincetur, 2011).

#### **2.1.11 Agencia de viajes.**

Es un negocio cuya función es organizar y vender productos turísticos. En el desempeño de esto se puede tratar directamente con los clientes o bien vender los productos a otras agencias que los venderán al cliente final.

Los productos turísticos pueden ir desde un simple viaje hasta un paquete de viajes completo, que incluirá además del viaje la estancia en hoteles, reservas de automóviles, transporte por tierra y por mar, cambio de monedas, trámites legales, etc. (Logismic, 2017).

#### **2.1.12 Producto turístico.**

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (Mincetur, 2011).

### **2.1.13 Programa Piloto de Capacitation.**

Es un proceso estructurado y organizado por medio del cual se suministra información y se proporciona habilidades a una persona para que desempeñe a satisfacción un trabajo determinado.

### **2.1.14 Implementación.**

La palabra implementar permite expresar la acción de poner en práctica, medidas y métodos, entre otros, para concretar alguna actividad, plan, o misión, en otras alternativas.

La de implementar es una palabra que forma parte de nuestro lenguaje cotidiano y que entonces como tal la solemos emplear en diversos contextos y ámbitos. (Ucha, 2012).

## **2.2. Marco contextual.**

La práctica empresarial se llevó a cabo en el segundo semestre del año 2016 y primer semestre del año 2017, en la ciudad de Ipiales en el departamento de Nariño.

La ciudad de Ipiales se encuentra situada al sur oriente del departamento de Nariño, en los límites con la república de Ecuador, a una altura de 2.900 msnm y con una temperatura promedio de 12°C. La principal actividad económica de Ipiales radica en la agricultura, así como en el comercio aprovechando su límite fronterizo con Ecuador, también juega un papel importante el turismo.

Por el gran intercambio comercial con Ecuador, Ipiales está considerado el segundo puerto terrestre de Colombia. (Colombia Turismo Web, 2017).

En la ciudad de Nariño se encuentra la promotora de turismo Nova Tours S.A.S, empresa joven que se preocupa por inculcar la educación al proveedor de turismo. Es aquí donde nace la idea de crear el Programa de Capacitación Bilingüe, teniendo en cuenta la importancia del manejo del idioma inglés en el campo laboral actualmente.

Así mismo las empresas Mar y Viajes Internacional, De Paseos y Jovi Tours participaron junto con Nova Tours S.A.S en el desarrollo del Programa con el fin de aportar al desarrollo de nuevas dinámicas participativas en el turismo de la ciudad de Ipiales, mediante procesos pedagógicos que lleven al mejoramiento del sector en el sur del país.

### **2.2.1 Promotora de turismo Nova Tours S.A.S.**

Promotora de turismo inscrita en la Cámara de Comercio, con Matricula mercantil Nro.37618-16, expedida el 02 de agosto de 2016 y con NIT: 900995835-7. Nova Tours S.A.S fue creada en el año 2016. Conformada por gente joven con ganas de apostarle al turismo de la ciudad de Ipiales y el departamento de Nariño. Nace con la idea de apoyar la dinámica turística de la ciudad mediante la realización de proyectos pedagógicos para la cultura y el turismo de la ciudad. También incursiona en el campo de la venta de paquetes turísticos para la ciudad de Ipiales y rutas artesanales en los pueblos aledaños de la ciudad. Esta

agencia hace parte del proyecto y sus empleados participan activamente en la aplicación del Programa de Capacitación Bilingüe.

**Razón social:** Promotora de turismo encargada de la asesoría y gestión del turismo a nivel local, intermediario en logística y operación de paquetes turísticos.

**Número de empleados:** 2-Romel Villota y Henry Polo.

**Ubicación:** Cra 6 No.12-43 Ipiales, Nariño.

(Romel Villota, "comunicación personal", 10 octubre 2016).

### **2.2.2 Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional.**

Agencia de viajes, creada en el año 2015. Emisora de paquetes internacionales para el país de Ecuador, especialmente Ibarra, Otavalo, Playas de Mompiche, Quito y Guayaquil. Entre sus servicios esta la venta de tiquetes aéreos, alojamiento y servicio de guianza, Esta agencia hace parte del proyecto y sus empleados participan activamente en la aplicación del Programa de Capacitación Bilingüe.

**Razón social:** Empresa de viajes y Turismo Mayorista, mediador de servicios de transporte, hoteleros en la organización de viajes locales, nacionales y en el país de Ecuador.

**Número de empleados:** 3-Maribel Bravo, Alexander Escobar y Nicolás Osejo.

**Ubicación:** Cra 3 No.12A-39 Ipiales, Nariño.

(Maribel Bravo, "comunicación personal", 10 octubre 2016).

### **2.2.3 Agencia de viajes de Paseoh.**

Agencia de viajes creada en el año 2015. Emite paquetes locales, y nacionales. Entre sus servicios están la venta de tiquetes aéreos, alojamiento y servicio de guianza. Esta agencia hace parte del proyecto y sus empleados participan activamente en la aplicación del Programa de Capacitación Bilingüe.



**Razón social:** Empresa de viajes a nivel local, intermediario de servicios turísticos en la ciudad de Ipiales.

**Número de empleados:** 1- Mary Nates.

**Ubicación:** Calle 15 No.5N-21B Ipiales, Nariño.

(Mary Nates, "comunicación personal", 10 octubre 2016).

#### **2.2.4 Agencia de viajes Jovi Tours.**

Agencia de viajes, creada en el año 2016. Emisor de paquetes locales, y nacionales. Entre sus servicios están la venta de tiquetes aéreos y alojamiento. Esta agencia hace parte del proyecto y sus empleados participan activamente en la aplicación del Programa de Capacitación Bilingüe.

**Razón social:** Empresa de viajes encargados de la organización de paquetes turísticos a nivel local, mediador en servicios turísticos como hoteles, restaurantes y transporte.

Número de empleados: 1- Esteban Paredes

Ubicación: Cra 2 No.16-37 Ipiales, Nariño.

(Esteban Paredes, "comunicación personal". 10 octubre 2016).

## 2.3 Marco legal.

Este proyecto tiene como base legal las siguientes Normas Técnicas Sectoriales para el turismo expedidas por el Ministerio de Industria y Comercio y Turismo.

Tabla 1

### *Fundamentos normativos para las Agencias de Viajes*

<b>FUNDAMENTOS NORMATIVOS</b>	
<b>NORMA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<i>NTS - Agencias de viajes - Norma Técnica NTS – AV 001: Reservas en agencias de viajes, 2002.</i>	Esta norma establece los requerimientos mínimos para la prestación del servicio de reservas.
<i>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viaje, 2002.</i>	La presente norma tiene por objeto establecer los requisitos que deben cumplir las agencias de viaje para garantizar una adecuada prestación del servicio, promoviendo en estas organizaciones el análisis detallado de los requerimientos de sus clientes y definiendo claramente las etapas de atención al cliente propias de la agencia.
<i>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003.</i>	Esta norma técnica sectorial establece los requisitos que deben cumplir las agencias de viajes para el diseño de productos turísticos.
<i>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 005. Norma de competencia laboral Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004.</i>	Esta norma proporciona los requisitos que deben seguirse para asesorar y vender paquetes y servicios turísticos, gestionando la prestación de los mismos, satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa de acuerdo con la reglamentación existente y según los procedimientos establecidos por el proveedor y la agencia de viajes.
<i>Norma técnica Sectorial NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes, 2004.</i>	Esta norma proporciona los requisitos que deben cumplirse para dirigir el área comercial de la agencia de viajes, aplicando las políticas de la organización, contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa y satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme a procedimientos establecidos.
<i>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2004.</i>	Esta norma proporciona los requisitos que deben cumplirse para dirigir el área administrativa de la agencia de viajes, aplicando las políticas de la organización, contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa y satisfaciendo las necesidades del cliente, conforme a procedimientos establecidos.

Fuente: Elaboración propia. Mincomercio industria y turismo. (2013). Normas técnicas sectoriales.

### 3. CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA.

En el desarrollo de la propuesta “*Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño*”, se llevó a cabo la siguiente metodología presentada en tabla 2 y la relación del método de investigación con los objetivos específicos del proyecto, en la tabla 3.

Tabla 2

*Relación del método cualitativo de investigación con los objetivos específicos del proyecto.*

PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE IPIALES-NARIÑO	
METODOLOGÍA	
MÉTODO	DESCRIPCIÓN
<b>CUALITATIVO</b>	Es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades. Este método se apoya en describir de forma minuciosa, eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones que se observan mediante un estudio.

Fuente: (Quintero, 2016).

Tabla 3

*Descripción metodológica de programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes.*

<b>RELACIÓN DEL MÉTODO CUALITATIVO DE INVESTIGACIÓN CON LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO</b>		
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>ESTRATEGIA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en bilingüismo, dirigido al personal de agencias de viajes	<b>EXPLORACIÓN Y OBSERVACIÓN</b>	Uno de los primeros pasos consiste en un periodo inicial de observación y exploración, de cómo se desarrollan las actividades normales dentro de la agencia de viajes, poniendo especial cuidado en la atención al cliente.
	<b>TECNICAS DE INVESTIGACIÓN</b>	Por medio de la encuesta se puede recopilar información esencial acerca de la gestión de los recursos humanos en la agencia de viajes, aplicada a administrativos, personal y clientela.  La encuesta permite cuantificar estos datos y tener un panorama más amplio de la situación. Paso siguiente se elabora test de conocimiento bilingüe para el personal y así poder medir su nivel de inglés de acuerdo al Marco Común Europeo.
	<b>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN</b>	Con la finalización de las anteriores estrategias, se procederá al análisis de la información obtenida con el fin de determinar la situación real de la empresa y las expectativas con respecto a la gestión del conocimiento bilingüe en la agencia de viajes. Concluyendo así con la elaboración del diagnóstico.
• Diseñar el programa piloto de capacitación bilingüe a partir de los resultados, recomendaciones y conclusiones del diagnóstico realizado.	<b>IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS DEL APRENDIZAJE</b>	Se formulan las estrategias del aprendizaje pertinente para las necesidades determinadas en el diagnóstico.
	<b>DISEÑO DEL PROGRAMA PILOTO</b>	Con las estrategias adecuadas se realiza el diseño y estructuración del modelo de capacitación, teniendo en cuenta todas las variables anteriores. Donde prevalezca el perfeccionamiento de las habilidades del lenguaje, en este caso de la lengua inglesa (Reading, writing, listening, speaking).
Implementar el programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.	<b>IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA PILOTO</b>	Con el diseño del programa piloto, se procede a ejecución del programa dirigido al personal de agencias de viajes. Poniendo en práctica todo el componente pedagógico.

Fuente: Elaboración Propia. Basada en (Munarriz, 1992).

### 3.1. Descripción de las estrategias metodológicas.

Inicialmente se realizó un recorrido a pie por la zona centro de la ciudad. Aquí se ubicaron las agencias de viajes con más reconocimiento a nivel comercial, por su ubicación estratégica en la ciudad.

Se focalizaron las siguientes agencias de viajes y sus datos principales:

Tabla 4

*Información de agencias ubicadas en el centro de la ciudad de Ipiales.*

RAZON SOCIAL	ADMINISTRADOR	NIT	UBICACIÓN	
			Dirección	Teléfono
Agencia de Viajes y Turismo TOURS ELISA RUALES	MARIA ELISA RUALES	36999798-7	Cra 3 No 12A-39	7752607
Agencia de Viajes y Telecomunicaciones Tr@vel's	ERIKA LICETT REALPE	1085901630-7	Cll 13 No 5 -19	7752659
Agencia de Viajes y Turismo INTEGRAL TOURS	JOHANNA ERAZO ALMEIDA	272533853-1	Calle 16 # 7-77	7730171
Agencia de Viajes y Turismo De Paseoh	MARY NATES	37120599-9	Calle 15 # 5N-21B	7736955
Agencia de Viajes Guzmán	MIGUEL GUZMAN	837000468-1	Cll 16 No 6-62	773-29-44 / 775-28-62
Agencia de Viajes MAR Y TOURS INTERNACIONAL	MARIBELL BRAVO	37004984-5	Cra 9 No 12A -109	7753175
Agencia Fantasy viajes y turismo	JANETH MARTINEZ	900959461-3	Ed. Markus OFICINA 602	7732804
Agencia de Viajes JOVI TOURS	ESTEBAN PAREDES	87216454-5	Cra 2 No. 16-37	N/A
PROMOTORA DE TURISMO NOVA TOURS S.A.S	ROMEL VILLOTA	900995835-7	Cr 6 No.12-43	3164476564

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esta información, se procede a visitar a cada agencia en las siguientes semanas con una invitación escrita dando a conocer la propuesta de participación en el Programa de Capacitación Bilingüe. Ver anexo A.

En cada una de las agencias se entregó una invitación al proyecto, explicando su finalidad académica y resolviendo inquietudes de parte de los encargados.

Así con esto la señora María Elisa Ruales, sugirió una reunión con la finalidad de que pueda socializar aún más esta interesante propuesta.

Reunión que se realizó a finales del mes de octubre de 2016, después de esta sugerencia, con la presencia de las agencias de viajes nombradas anteriormente, en el domicilio de la señora María Elisa Ruales, a las 7 pm.

Se trataron los siguientes puntos:

- Presentación de la propuesta Programa de Capacitación Bilingüe dirigido al personal de atención al cliente de la ciudad de Ipiales.
- Preguntas, dudas y sugerencias.

En la presentación de la propuesta se ampliaron los detalles del Programa de Capacitación Bilingüe dando a conocer sus beneficios para el personal de atención al cliente de sus agencias.

Terminando la reunión, se recibieron preguntas y dudas acerca del desarrollo de la propuesta manifestando así muchos de los encargados de las agencias problemas con el tiempo y la constancia para seguir un proceso formativo.

Se preguntó a las agencias cuales de ellas deseaban participar, dando resultado las siguientes agencias con el propósito de participar y perseverar en el proceso.

Estas son las agencias que decidieron participar:

1. Agencia: Mar y Viajes Internacional; Encargado: Maribel Bravo
2. Agencia: De Paseoh; Encargado: Mary Nates

3. Agencia: Jovi Tours; Encargado: Esteban Paredes

4. Agencia: Nova Tours S.A.S; Encargado: Romel Villota

Formato de asistencia Reunión informativa. Ver anexo B.

### **3.1.1 Exploración y observación.**

Con la información de las cuatro agencias participantes, en los días posteriores, se procede a realizar un recorrido un tiempo de observación con la intención de evaluar de una manera sencilla, cómo se desarrollan las actividades normales dentro de estas agencias de viajes.

Se visitaron las agencias de viajes interesadas durante el tiempo estipulado en el cronograma del anteproyecto. De las veinte semanas de la duración total del mismo, tiempo concebido por el Centro de Estudios y Servicios y la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, se emplearon cinco semanas para esta actividad de exploración y observación, donde se llevaron a cabo cuatro visitas por semana; una por agencia de viajes, en una jornada de tres horas diarias. Con lo anterior se logró observar y consignar los aspectos relacionados con el servicio al cliente de una manera general.

### **3.1.2 Técnicas de investigación.**

Como instrumentos de recolección de información se usaron las encuestas ya que estas permiten obtener la información puntual y precisa que se necesita, y formatos de evaluación de servicio al cliente, ya que este es el tema principal del modelo educativo. Estos últimos se elaboraron a partir del referente teórico de los modelos de evaluación de servicio al cliente, entre ellos el modelo de servicio SERVQUAL. Se mostrarán los formatos más adelante.

## 4. DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

### 4.1 Objetivo específico 1

*Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en bilingüismo, dirigido al personal de agencias de viajes.*

Para elaborarlo se desarrollan los siguientes pasos:

1. **Aplicación de encuesta sobre información de los empleados de las agencias de viajes participantes:** documento para conocer la edad, el cargo dentro del empresa, el nivel de estudios, entre otros.
2. **Aplicación de encuesta de evaluación de servicio al cliente:** Esta se desarrolla teniendo en cuenta el Modelo SERVQUAL, el cual permite medir la satisfacción del cliente frente al servicio en cinco dimensiones diferentes de manera precisa y completa. De esta forma se desea conocer el nivel del servicio ofrecido por las agencias de viajes participantes y de qué manera es necesario el bilingüismo teniendo en cuenta el sector en el cual se desenvuelven y trabajan. Se aplicó a los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes, pero evaluando a las agencias como tal y su servicio.
3. **Aplicación de encuesta sobre conocimiento en idioma inglés:** con el fin de conocer de manera personal, el nivel de inglés que cada uno de los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes cree que posee.
4. **Aplicación de Test de inglés:** los cuales se basan en las estrategias del aprendizaje y se evalúan con una escala de evaluación educacional propuesta teniendo en cuenta los estándares definidos por el Marco Común Europeo. Los test se aplican a los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes cree que posee.
5. **Análisis de resultados generales:** se procede a realizar el análisis de los resultados de las fases anteriores para determinar las necesidades en capacitación en bilingüismo del personal de las agencias de viajes participantes del proyecto.

Este proceso se llevó a cabo con cinco empleados de las cuatro agencias participantes, que decidieron hacer parte del proyecto. Dos empleados; uno de Nova Tours S.A.S y otro de



Viajes Mar y Viajes Internacional decidieron no participar. De un total de siete empleados, cinco participaron del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.

Se describen a continuación los modelos, escalas y estándares empleados en todo el proceso evaluativo.

#### **4.1.1 Aplicación de encuesta sobre información de los empleados de las agencias de viajes participantes.**

En el siguiente formato se establecieron los aspectos de la información personal de los participantes, tales como el cargo que ocupan en la empresa, su nivel de estudios, algunas observaciones en cuanto a su vida académica y su deseo de participar en el programa de capacitación bilingüe. Se aplicaron al personal de atención al cliente de las agencias de viajes participantes.

Los resultados obtenidos se muestran a continuación.

Tabla 5

*Encuesta 1: Información personal de atención al cliente agencias participantes.*

INFORMACIÓN PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE AGENCIAS PARTICIPANTES								
AGENCIA DE VIAJES	INFORMACIÓN DE CONTACTO	NUMERO DE EMPLEADOS	EMPLEADO	EDAD	CARGO	NIVEL DE ESTUDIOS	OBSERVACIONES	PARTICIPACIÓN
MAR Y VIAJES INTERNACIONAL	Cra 9 No.12A-109; TEL: 3228905835	TRES (3)	MARIBEL BRAVO	33	GERENTE	ESTUDIOS TÉCNICOS	No posee conocimientos académicos en turismo, tiene experiencia como guía de turismo en el departamento de Nariño. Tiene experiencia en el turismo receptivo, logística y manejo de grupos.	NO (motivos de tiempo y compromisos laborales)
			NICOLAS OSEJO	18	ATENCIÓN AL CLIENTE	BACHILLER ACADÉMICO	No posee conocimientos académicos en turismo. Ha realizado cursos en otras áreas no afines.	SI
			ALEXANDER ESCOBAR	23	ATENCIÓN AL CLIENTE	ESTUDIOS TÉCNICOS	No posee conocimientos académicos en turismo. Ha realizado cursos en otras áreas no afines.	SI
DE PASEOH	Calle 15 No.5N-21B TEL; 3002568790	UNO (1)	MARY NATES	45	ADMINISTRADORA	BACHILLER ACADÉMICO	No posee conocimientos académicos en turismo, tiene experiencia como guía de turismo.	SI
JOVI TOURS	Cra 2 No. 16-37 TEL;3156789766	UNO (1)	ESTEBAN PAREDES	40	ADMINISTRADOR	ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	No posee conocimientos académicos en turismo, tiene experiencia como guía de turismo.	SI
NOVA TOURS S.A.S	Cra 6 No.12-30 TEL; 3164476564	DOS (2)	ROMEL VILLOTA	33	GERENTE	ESPECIALIZACION UNIVERSITARIA	No posee conocimientos académicos en turismo, tiene experiencia como guía de turismo en el departamento de Nariño. Tiene conocimientos en proyectos sociales, actualmente hace parte de una fundación de carácter social.	SI
			HENRY POLO	30	GUÍA OCASIONAL DE TURISMO	ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	Tiene experiencia en la guianza de turismo especialmente en senderos y parques ecológicos.	NO (motivos de tiempo y compromisos laborales)

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la encuesta acerca de la información del personal de atención al cliente de las agencias participantes se concluye lo siguiente:

- La agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional cuenta con tres empleados, la promotora de turismo Nova Tours S.A.S cuenta con dos empleados, las agencias de viajes de Paseoh y Jovi Tours son empresas unipersonales. Dos personas deciden no participar del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.
- La edad de los participantes del programa oscila entre 30 y 33 años correspondiente a un 42%, un 28% oscila entre los 40 y 45 años, y otro 28% entre los 18 y 23 años. Con estos datos se puede determinar una metodología dinámica o más sencilla a trabajar con los participantes.
- Referente al nivel de estudios, el 29% cuenta con bachillerato académico, otro 29% estudios técnicos, también un 29% con estudios universitarios y un 13% con especialización universitaria. Esta información muestra el grado de conocimiento académico de los participantes.
- Con respecto a los cargos administrativos que ocupan los encuestados, se observa que un 29% ocupa la gerencia, así mismo un 29% en la administración, otro 29% en atención al cliente y un 13% en la guianza de turismo. Es importante el cargo de los participantes en la empresa para una mejor comprensión de su entorno social y laboral.
- Como observación importante acerca de la formación académica en turismo de los encuestados, el 87% no posee conocimientos en turismo y un 13% posee conocimiento académico formal con respecto al turismo. Ya que el programa de capacitación está dirigido a personal de turismo, es importante saber si han tenido acercamiento a una educación formal o empírica del turismo.
- La mayoría de los encuestados posee experiencia en la guianza de turismo, es decir un 71% y un 29% solo en organización de grupos y logística. La guianza de turismo es a nivel general uno de los primeros acercamientos al turismo, es necesario saber cómo ha sido su experiencia y así poder compartir sus conocimientos con el resto de los participantes.

- La mayoría de los encuestados ha realizado cursos acerca de turismo con un 71% y un 29% ha realizado cursos en áreas no afines al turismo. Esta información indica si los participantes están actualizados en cuanto a conocimientos del turismo se refiere.
- Acerca de la participación de los encuestados en el Programa Piloto de Capacitación, un 71% respondió positivamente y un 29% respondió negativamente aludiendo sus compromisos laborales. Es importante saber su participación en el Programa Piloto al mismo tiempo su negativa y motivos por los cuales no desean participar. Con estos datos se determina que, de siete personas, solo cinco participan. Las dos personas que no lo hacen manifiestan sus compromisos laborales.

#### **4.1.2 Aplicación de encuesta de evaluación de servicio al cliente**

La encuesta se desarrolla teniendo en cuenta un análisis de los modelos de evaluación del servicio, y finalmente se elige el Modelo SERVQUAL para el proyecto, ya que permite medir la satisfacción del cliente frente al servicio en cinco dimensiones diferentes de manera precisa y completa. Los resultados se muestran al final de la descripción del modelo.

##### **4.1.2.1 Modelos de evaluación del servicio al cliente.**

La evaluación de la calidad del servicio es un proceso regulador en el cual se mide la calidad real del servicio, se compara con lo especificado y se actúa sobre la diferencia cuando así se considere. Una forma de entender la evaluación de la calidad de un servicio llevada a cabo por un consumidor es a partir de los diferentes modelos que han sido desarrollados en este terreno en los últimos decenios.

La evaluación de los servicios es más difícil que la de los bienes de consumo, debido a sus características más intangibles y difíciles de definir, por ello es necesario hacer una breve revisión a la concepción de la calidad de los servicios. Para esto se debe partir de las dos corrientes más importantes: la Escuela Nórdica de Marketing de Servicios o denominada Tradición Europea y la Escuela Norteamericana o Instituto de Ciencias del Marketing designada como tradición norteamericana, siendo ésta última la más conocida, por su gran

desarrollo y divulgación, realzando la interacción social entre cliente y empleados. (Alfonso, 2014).

Con el objetivo de evaluar la calidad de los servicios se han desarrollado varios modelos, tantos teóricos, como matemáticos; los cuales defienden los puntos de vistas de los diferentes autores. Entre los más utilizados se pueden citar:

- **Modelos que se inclina a la discrepancia entre la percepción y expectativas.**
- **Modelos que utilizan la percepción e imagen.**
- **Modelos basados en la percepción y el desempeño.**

En la discrepancia entre percepción e imagen solamente se encuentra el de Theas. Enfocado al desempeño y percepción se encuentran: Servperf, Lodgqual, modelo de Jonson, Tiros & Lancioni, Hotelqual, Servucción, y el PAJ.

Evaluar solamente sobre la base del desempeño o percepciones, se contradice con el carácter predictor y el enfoque de proceso que caracterizan a la gestión de la calidad y puede conducir a enfoques reactivos, subjetivos y estáticos que mediaticen la necesaria proyección hacia las necesidades del cliente.

Es importante señalar que la mayoría de los modelos estudiados, si bien permiten evaluar la calidad percibida, lo hacen como un resultado final y no profundizan en el análisis de lo evaluado, limitando la misma a los atributos del producto, por otra parte no logran integrar la diagnosis a los procesos de evaluación y análisis, lo cual puede conducir a enfoques reactivos en los procesos de servucción<sup>1</sup>, en los cuales se dificulta la medición y estandarización, esto conllevaría a reaccionar sobre la base del resultado final, únicamente. (Alfonso, 2014).

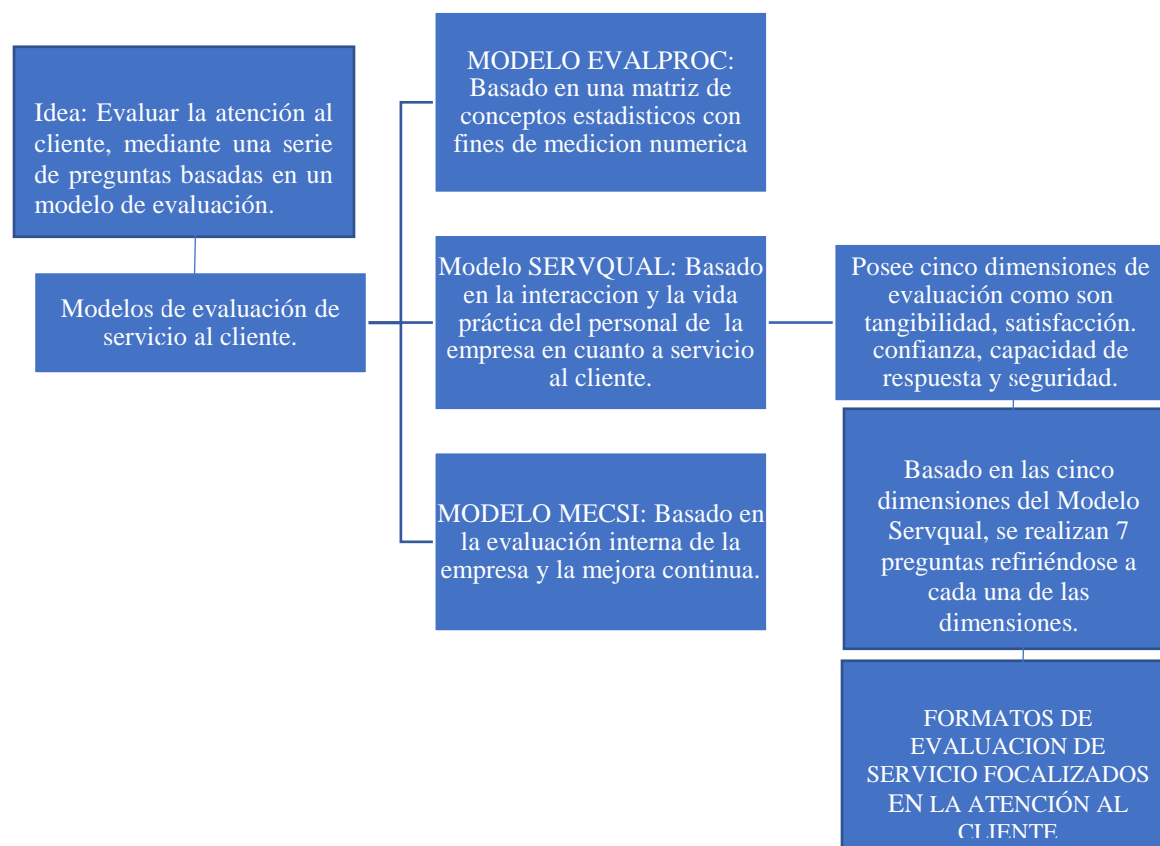
Algunos de estos modelos se muestran en la siguiente figura:

---

<sup>1</sup> El concepto de servucción está relacionado con una visión particular de la gestión de las empresas u organismos prestadores de servicio, que se fundamenta en la aplicación de un modelo gerencial que equipara la “producción” como fabricación del producto, con la “servucción” como la fabricación del servicio.

Figura 1

*Descripción del proceso de elaboración del formato de evaluación de servicio al cliente.*



Fuente: Elaboración propia. Basado en (Balmori, G y Flores, 2014), (Aiteco, 2017), (Fernández, Maldonado y Zambrano, 2016).

### **Modelo EVALPROC.**

Este modelo cuenta con las siguientes características según (Fernández, Maldonado, y Zambrano, 2016):

- Para medir los resultados se utiliza estadística descriptiva y el método análisis-síntesis, que consiste en la relación de los datos con el análisis del objeto de estudio.
- Se caracteriza por medir características de tipo operativo y logístico sobre todo en el sector hotelero.

- La aplicación del Modelo y sus procedimientos evalúa aspectos como procesos, estructura de la empresa y la incidencia de estos en la relación causa y efecto en la organización.

Modelo MECSI.

Según (Balmori y Flores, 2014), las características de este modelo son:

- Se caracteriza por ser un método de investigación, que evalúa conceptos claves como las expectativas del cliente, percepción, nivel de satisfacción, factores de evaluación y mejoras del servicio.
- Se desarrolla en aspectos como servicio al cliente, sistemas de evaluación de satisfacción al cliente, y filosofía de una mejora continua.

A continuación, se describe el modelo Servqual de manera más amplia debido a que es el modelo que se elige para este caso de estudio.

#### **4.1.2.1.1 Modelo SERVQUAL.**

En este modelo se establece que el cliente espera un servicio (expectativa) y supone recibirá, consciente o inconscientemente evalúa ciertas características (dimensiones del servicio) durante la prestación del mismo, lo que le permite tener impresiones al respecto (percepción) y emite un juicio una vez terminado éste.

Por esto mismo, SERVQUAL, es una de las principales fuentes de información para que las empresas de servicios conozcan el nivel de satisfacción de sus clientes, ubicar áreas de oportunidad y proponer y/o implementar mejoras para tener clientes satisfechos. La satisfacción del cliente es lo más importante para las empresas razón por la cual han empezado a buscar la manera de cómo ir creciendo en ese aspecto, brindando un servicio de calidad para estar a la vanguardia con las demás empresas y conservar a los clientes. (Alfonso, 2014).

Se escoge el modelo SERVQUAL debido a que es gracias a la obtención de datos a través del mismo, se pueden observar fácilmente y de manera global las deficiencias en el servicio en diferentes niveles de análisis y con estos resultados se pueden determinar criterios para realizar ajustes y acciones que permitan mejorar el servicio al cliente.

### **Dimensiones de evaluación.**

(Aiteco, 2017) Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

**Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

**Capacidad de Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

**Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

**Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

**Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL.

El cuestionario SERVQUAL consta de tres secciones:

En la primera se interroga al cliente sobre las expectativas que tiene acerca de lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones en las que el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.



En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

Las 22 declaraciones que hacen referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas, son agrupadas de la siguiente manera:

- **Elementos tangibles: Ítems de 1 al 4.**
- **Fiabilidad: Ítems del 5 al 9.**
- **Capacidad de respuesta: Ítems del 10 al 13.**
- **Seguridad: Ítems del 14 al 17.**
- **Empatía: Ítems del 18 al 22.**

Con esta valiosa información se procede a elaborar cuestionarios sencillos a partir de los ítems relacionados en el Modelo de Servicio SERVQUAL. Los cuales permiten tener una visión más amplia de la percepción del servicio al cliente en las agencias de viajes participantes. Ver anexo C.

Se elaboró el siguiente cuestionario para indagar en las agencias (representadas por los cinco empleados de las cuatro agencias) los aspectos mencionados en el modelo de servicio SERVQUAL, las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad o prestación del servicio, capacidad de respuesta, seguridad, y empatía. Se utilizan variables de tipo cualitativas en donde solamente se expresa la opinión del observador. Se miden los resultados en una valoración de: malo, regular, bueno, muy bueno y excelente. Observador: Lilian Marcela Fierro Pazos.

Debido a la utilidad del modelo Servqual, se realizan los cuestionarios, teniendo en cuenta las dimensiones evaluación de dicho modelo, ya que son pertinentes para evaluar en este caso, la calidad del servicio que brinda el asesor empresarial.

#### **4.1.2.1.1.1 Resultado modelo SERVQUAL.**

Se establece la siguiente numeración para identificar a cada agencia de viajes dentro de la tabla de resultados. Esta encuesta se realiza por agencias no por personas ya que se desea evaluar la calidad del servicio a nivel general en cada agencia. El modelo se aplica a las cuatro agencias participantes.

1-Mar y Viajes International

2-De PaseOh

3-Jovi Tours

4-Nova Tours

Tabla 6

*Encuesta de evaluación de servicio al cliente, basada en el Modelo SERVQUAL.*

<b>ENCUESTA DE EVALUACIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE</b>		<b>AGENCIA DE VIAJES</b>			
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	<b>Esta dimensión está relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación.</b>				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
1.La agencia de viajes tiene equipos de apariencia moderna y en buen funcionamiento		2	1,3	4	
2. Los elementos de publicidad son llamativos		1,2	3,4		
3.El personal de atención al cliente tiene buena presentación personal.		1	2,3		4
4. Las instalaciones físicas son adecuadas para brindar un buen servicio			1,2,3,4		
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>FIABILIDAD O PRESENTACION DEL SERVICIO</b>	<b>La habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable y cuidadosa.</b>				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
5.Es notable que el personal de atención al cliente responde a la necesidad del cliente			1,2,3	4	
6.El personal de atención al cliente está capacitado en idiomas.	1,2,3	4			
7.El personal de atención al cliente se encuentra capacitado para responder a las necesidades del cliente			1,2,3,4		

<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente.</b>				
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
8.El tiempo que se aguardó el cliente en ser atendido fue adecuado			1,2,3	4	
9.El personal de atención al cliente, demuestra tener facilidad en la expresión oral y comunicativa		1,2,3	4		
10.El personal de atención al cliente es asertivo y amable			1,2,3		
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>SEGURIDAD</b>	<b>Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad.</b>				
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
11.El comportamiento del personal de atención al cliente inspira confianza y seguridad			1,2,3	4	
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>EMPATÍA</b>	<b>Capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes</b>				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
12.El personal de atención al cliente se preocupa por los intereses de sus clientes			1,2,3	4	
13.La agencia de viajes ofrece horarios convenientes para todos los usuarios	1	2,3	4		
14.El personal de atención al cliente entiende las necesidades específicas del cliente			1,2,3,4		

Fuente: Elaboración propia.

Se muestran a continuación los resultados del modelo de evaluación que se aplicó en cuanto a elementos tangibles, fiabilidad del servicio, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, descritas en las dimensiones del Modelo de Evaluación de Servicio al cliente Servqual.

### **Análisis de resultados por agencias.**

#### **Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional.**

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Tangibilidad, que está relacionada con la apariencia de las instalaciones de las agencias de viajes. Su resultado está ubicado en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que posee equipos de normal funcionamiento como computadoras de mesa y computadoras portátiles, con internet wifi. Impresoras y todos los implementos de oficina, papelería y archivo. Equipos de telefonía celular de alta gama, con minutos disponibles para llamadas locales, nacionales e internacionales.

En relación a la publicidad de la agencia de viajes su resultado está ubicado en la casilla de: regular. Esto quiere decir que los elementos de publicidad son regulares y carece de marketing en radio, televisión e internet.

En los resultados relacionados con la presentación personal de sus empleados su resultado está ubicado en la casilla de: bueno. El personal de atención al cliente es aseado, pero su presentación personal no es la adecuada de una agencia de viajes. Las instalaciones físicas son las adecuadas.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Fiabilidad o Prestación del servicio, la cual está relacionada con la habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable, se ubican en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el personal de atención al cliente responde a las necesidades del cliente, está capacitado para organizar y hacer la logística de paquetes turísticos y ventas, pero no está capacitado de manera técnica en cuanto al turismo se refiere y posee conocimientos básicos de inglés.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Capacidad de Respuesta, dimensión que está relacionada con la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el tiempo que aguarda el cliente en ser atendido es mínimo 2 minutos, y la capacidad de expresión oral de parte del personal de atención al cliente es limitada. El personal de atención al cliente es amable.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Empatía, dimensión que está relacionada con la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes, están ubicados en la casilla de: malo. La agencia de viajes no tiene horario definido en cuanto a la atención al cliente, en su mayoría abren en la mañana aproximadamente a las 9.30 am y cierran a las 12m y el horario en la tarde, algunas veces abren, hay otras que no, cierran por motivos de viajes o eventos.

#### **Agencia de viajes y turismo de Paseoh.**

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Tangibilidad, que está relacionada con la apariencia de las instalaciones de las agencias de viajes, están ubicados en la casilla de: regular. Esto quiere decir que posee computadoras de mesa y telefonía celular de normal funcionamiento, impresora e implementos de archivo. En relación a la publicidad de la agencia de viajes su resultado está ubicado en la casilla de: regular. Esto quiere decir que carece de marketing en radio, televisión e internet. Los resultados relacionados con la presentación personal de sus empleados, están ubicados en la casilla de: bueno. El personal de atención al cliente tiene buena presentación personal, y las instalaciones son las adecuadas para brindar un buen servicio.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Fiabilidad o Prestación del servicio, la cual está relacionada con la habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el personal de atención al cliente responde en cuanto a las necesidades del cliente, posee experiencia en el trato al turista, en cuanto a la capacitación del personal en idiomas, tiene un resultado de: malo, esto quiere decir que no está capacitado en cuanto a idiomas, solo posee conocimientos básicos.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Capacidad de Respuesta, la cual está relacionada con la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el tiempo que aguarda el cliente en ser atendido es mínimo de 2 minutos. El personal de atención al cliente es amable y trata de atender todas las necesidades del cliente.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Empatía, la cual está relacionada con la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes, están ubicados en la casilla de: regular.

La agencia de viajes opera generalmente de 9 am a 12 m, y de 3 a 5 pm. Por eventos y viajes empresariales, la empresa puede cerrar algunos días.

#### **Agencia de viajes Jovi Tours.**

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Tangibilidad, que está relacionada con la apariencia de las instalaciones de las Agencias de viajes, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que posee computadoras de mesa y telefonía celular de normal funcionamiento, impresora e implementos de archivo. En relación a la publicidad de la agencia de viajes, su resultado está ubicado en la casilla de: regular. Esto quiere decir que solo tiene material publicitario impreso y carece de marketing en radio, televisión e internet. Los resultados relacionados con la presentación personal de sus empleados, están ubicado en la casilla de: bueno. El personal de atención al cliente tiene buena presentación personal, y las instalaciones son las adecuadas para brindar un buen servicio.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Fiabilidad o Prestación del servicio, está relacionada con la habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el personal de atención al cliente responde en cuanto a las necesidades del cliente, en cuanto a la capacitación del personal en idiomas, tiene un resultado de: malo, esto quiere decir que el personal de atención al cliente no está capacitado en cuanto a idiomas, solo posee conocimientos básicos.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Capacidad de Respuesta, esta dimensión está relacionada con la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el tiempo que aguarda el cliente en ser atendido es mínimo de 2 minutos, el personal de atención al cliente no tiene facilidad de expresión oral. El personal de atención al cliente es amable y trata de atender todas las necesidades del cliente.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Empatía, la cual está relacionada con la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes, están ubicados en la casilla de: regular. La agencia de viajes opera generalmente de 9 am a 12 m, y de 2 a 5 pm. Por eventos y viajes empresariales, la empresa puede cerrar algunos días.

### **Nova Tours S.A.S.**

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Tangibilidad, la cual está relacionada con la apariencia de las instalaciones de las Agencias de viajes están ubicados en la casilla de: Muy bueno. Esto quiere decir que posee equipos de normal funcionamiento como computadoras de mesa y computadoras portátiles, con internet wifi. Impresoras y todos los implementos de oficina, papelería y archivo. Equipo de telefonía celular de alta gama, con minutos disponibles para llamadas locales, nacionales e internacionales. En relación a la publicidad de la agencia de viajes. Su resultado está ubicado en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que los elementos de publicidad son buenos y carece de marketing en radio, televisión e internet. Los resultados relacionados con la presentación personal de sus empleados. Su resultado está ubicado en la casilla de: excelente. El personal de atención al cliente es aseado, el personal de atención al cliente siempre se caracteriza por su buena presentación personal y la del establecimiento. Las instalaciones físicas son las adecuadas, además tiene buena ubicación en el centro de la ciudad.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Fiabilidad o Prestación del servicio, la cual está relacionada con la habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable, están ubicados en la casilla de: muy bueno. El



personal posee el carisma necesario para atender las solicitudes del cliente y poder ayudarlo sin reparo. En cuanto a la capacitación del personal en idiomas, tiene un resultado de: regular, esto quiere decir que no cuenta con estudios en idiomas, solamente con un inglés muy básico.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Capacidad de Respuesta, la cual está relacionada con la disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente, están ubicados en la casilla de: bueno. Esto quiere decir que el tiempo que se aguarda en la atención al cliente es aproximadamente de 2 minutos o mínimo. El personal de atención al cliente posee facilidad en la expresión oral, además se caracteriza por su amabilidad, esto hace que inspire confianza y seguridad en los clientes.

Los resultados de esta agencia de viajes en la dimensión del modelo Servqual llamada Empatía, la cual está relacionada con la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes, están ubicados en la casilla de: bueno. La agencia de viajes tiene un horario de 8 am a 12 m y de 3 a 7 pm, horario el cual es accesible para propios y visitantes.

#### **4.1.3 Aplicación de encuesta sobre conocimiento en idioma inglés.**

Antes de realizar los test de conocimiento bilingüe donde se evalúan las cuatro competencias lingüísticas del ser humano como son hablar, escuchar, leer, y escribir. Se realizó un sondeo de preguntas personales acerca de si se sienten familiarizados con el idioma inglés y las habilidades lingüísticas mencionadas. Este sondeo permitió tener un indicio acerca de sus experiencias personales con el idioma y en que habilidad lingüística se sienten más cómodos y en cuales inseguros.

Los siguientes cuestionarios aplicados a cinco empleados de las agencias de viajes (Tabla 7 y 8) son de elaboración propia basados en el artículo de *Diseño de un cuestionario para medir la formación bilingüe del profesorado de educación física (FBPEF)*. (Zagalaz, Molero, Cachón, y Gutiérrez de Castro, 2012).

Esta encuesta se realizó con el fin de conocer de manera personal, el nivel de inglés que cada persona cree que posee. Se realizó por persona no por agencia. A cada persona se le signó un valor numérico (1-5) de la manera indicada a continuación para facilitar el análisis en las siguientes tablas de resultados. Se aplica a las cinco personas de las cuatro agencias participantes.

1-Alexander Escobar

2-Nicolas Osejo

3-Mary Nates

4-Esteban Paredes

5-Romel Villota

Las siguientes tablas pertenecen a la misma encuesta, por lo tanto, se toman los resultados en conjunto para su análisis.

Tabla 7

*Encuesta acerca del conocimiento en ingles al personal de atención al cliente de las agencias participantes.*

<b>ENCUESTA GRADO DE CONOCIMIENTOS EN INGLÉS PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE AGENCIAS PARTICIPANTES</b>					
<b>GRADO DE CONOCIMIENTO</b>	<b>MUY DEBIL</b>	<b>DEBIL</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FUERTE</b>	<b>MUY FUERTE</b>
¿Qué grado de conocimiento en ingles considera usted que tiene?	<b>3</b>	<b>2,5</b>	<b>1,4</b>		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8

*Encuesta acerca del conocimiento en inglés al personal de atención al cliente de las agencias participantes, en las áreas de Speaking, Listening, Writing y Reading.*

ENCUESTA INFORMACION ACERCA DEL CONOCIMIENTOS EN INGLÉS AL PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE AGENCIAS PARTICIPANTES					
OPCIONES	Si	No	Hago el intento	Soy tímido	No me interesa
¿Considera usted que puede hablar en inglés? (Speaking)		5	4	1,2,3	
¿Considera usted que puede escuchar en inglés? (Listening)	4		1,2,5	3	
¿Considera usted que puede escribir en inglés? (Writing)	4	5	1,2	3	
¿Considera usted que puede leer en inglés? (Reading)			1,2,4,5	3	

Fuente: Elaboración propia basada en (Zagalaz, Molero, Cachón, y Gutiérrez de Castro, 2012).

Según los resultados de la encuesta acerca de la información que tienen los participantes acerca de sus habilidades en inglés, se puede observar que:

- Con respecto a la habilidad del habla en inglés, un 60% respondió mostrar timidez ante esta práctica. Un 20% considera que no puede hablar en inglés, y un 20% piensa que hace el intento.
- Con respecto a la habilidad de la escucha en inglés, un 60% piensa que hace el intento, identificando palabras clave, un 20% demuestra timidez y un 20% afirma su habilidad para esta destreza.
- Con respecto a la habilidad de la escritura, un 40% considera que hace el intento, un 20% demuestra su timidez, otro 20% está seguro de su habilidad respondiendo afirmativamente. Un 20% piensa que no se siente seguros en esta habilidad.

- Con respecto a la habilidad de la lectura, un 80% piensa que hace el intento asociando palabras clave a la idea del texto, y un 20% demuestra su timidez.

#### **4.1.4 Aplicación de Test de inglés.**

Estos test se basan en las estrategias del aprendizaje y se evalúan con una escala de evaluación educacional propuesta teniendo en cuenta los estándares definidos por el Marco Común Europeo.

Después de aplicado el modelo SERVQUAL para evaluar el nivel de satisfacción del cliente en las agencias, se realizó una serie de test de conocimientos bilingües aplicados al personal de atención al cliente de las agencias de viajes participantes. Estos test tienen el propósito de medir el nivel de inglés del personal de las agencias de viajes. Cabe resaltar que los test propuestos son elaboración propia, se tomó como referencia las competencias lingüísticas descritas en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Estos test consisten en una actividad sencilla para desarrollar en donde se pueda explorar el potencial del participante. Se llevaron a cabo con los cinco empleados de las cuatro agencias participantes. Se tuvo en cuenta también que los cinco participantes no contaban con mucho tiempo para desarrollar los test debido a sus ocupaciones laborales. Estos test no tomaron más de 10 minutos para desarrollar. Se realizaron cuatro en total uno para cada habilidad del lenguaje en inglés (Speaking, Writing, Listening, Reading).

Primeramente, se explicarán los parámetros metodológicos y evaluativos que se tuvieron en cuenta para desarrollarlo y evaluarlos y posteriormente los test con sus respectivos resultados.

##### **4.1.4.1 Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).**

El Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER) es el estándar internacional que define la competencia lingüística.

Se utiliza en todo el mundo para definir las destrezas lingüísticas de los estudiantes. (Cambridge English, 2016).

Una de las finalidades del Marco de Referencia es ayudar a los usuarios a describir los niveles de dominio lingüístico exigidos por los exámenes y programas de evaluación existentes, con el fin de facilitar las comparaciones entre distintos sistemas.

Según como se cita en (Comisión de Seguimiento del Plan de Capacitación Lingüística de la UC, 2011), el MCERL define los siguientes niveles de dominio:

- Nivel A1: Corresponde al nivel principiante.
- Nivel A2: Corresponde al nivel elemental.
- Nivel B1: Corresponde al nivel intermedio.
- Nivel B2: Corresponde al nivel intermedio alto.
- Nivel C1: Corresponde al nivel avanzado.
- Nivel C2: Corresponde al nivel muy avanzado.

Para cada uno de los niveles el marco define las destrezas que los estudiantes deben adquirir en cada una de las competencias lingüísticas siguientes:

- Comprensión auditiva
- Comprensión de lectura
- Interacción oral
- Expresión oral
- Expresión escrita.

Con este referente teórico se elaboran los test de evaluación en las habilidades del lenguaje, y para su evaluación se toma en cuenta el siguiente referente teórico acerca de las escalas de evaluación educativa.

#### **4.1.4.2 Escalas de evaluación educativa.**

Las escalas de evaluación son un conjunto de características o comportamientos por evaluar, de forma gradual. El docente debe especificar de antemano su atención en las características previamente señaladas.

Se pueden usar para evaluar procedimientos, productos finales y desarrollo personal.

Las escalas tienen varias ventajas sobre las listas de cotejo porque permiten observar conductas o comportamientos de forma gradual acerca del desarrollo alcanzado por el alumno en un aspecto determinado. Permiten indicar la cualidad, cantidad o nivel de lo observado. (Tapia, 2012).

Las escalas educativas son de gran ayuda para obtener una calificación adecuada del nivel académico del estudiante. Son útiles en el proyecto ya que ayudan a analizar si se cumplieron los objetivos propuestos, ya que permiten verificar si existe o no una mejora en el nivel de inglés de los participantes en el proyecto.

#### **Tipos de Escala**

##### **1. Escala Numérica:**

Consiste en una lista de números con claves: ambos permanecen constantes de un aspecto a otro. Es uno de los tipos de escala más sencillos. El docente marca en las casillas correspondiente el número que indica el grado hasta donde se presenta la característica o rasgo que se ofrece en forma de indicador; se asignan valores generalmente de 1 a 5, se utiliza una clave común de 5 excelente a 1 deficiente.

Cuando se utiliza una escala de calificación numérica se deben indicar los criterios de evaluación, por ejemplo:

5- Excelente 4- Muy Bueno 3-Bueno 2- Regular 1-Deficiente

## **2. Escala Gráfica:**

Implica una breve descripción del aspecto por observar. Se marca la opción que, a criterio del observador, describe mejor el aspecto.

Aunque la línea de la escala grafica hace que sea posible calificar en puntos intermedios, los usos de palabras solas para identificar las categorías no tienen gran ventaja sobre el uso de números. NO concuerdan mucho quienes califican cuando se trata de precisar al significado de los vocablos tales como: rara vez, ocasionalmente y frecuentemente. Por lo anterior, se hace necesario que el observador tenga claro y delimitado el significado de los vocablos seleccionados.

## **3. Escala Descriptiva:**

Implica una descripción más amplia que la de la escala gráfica. Se emplea un orden gráfico. Se debe ser conciso, claro y utilizar términos observables.

A cada enunciado sigue una escala que represente con frases descriptivas los distintos grados del atributo en observación. (Tapia, 2012).

### **Escala de evaluación escogida para el caso de análisis:**

Se utiliza para la evaluación una escala numérica de elaboración propia, por ser una escala flexible en donde se pueden variar sus análisis por medio de conceptos que sea conveniente aplicar en el tipo de test escogido, se realiza una escala de elaboración propia modificada para la evaluación de los test de la siguiente manera:

Tabla 9

*Escala descriptiva del nivel de conocimiento.*

Puntuación	Valoración	Porcentaje
1	Muy débil	0-20%
2	Débil	20-40%
3	Medio	40-60%
4	Fuerte	60-80%
5	Muy fuerte	80-100%

Fuente: Elaboración propia. Basado en (La Escala Estimativa: Instrumento de evaluación escolar, 2017).

#### **4.1.4.3. Identificación de estrategias del aprendizaje.**

Con los resultados de la medición del nivel de inglés de cada uno de los participantes y teniendo en cuenta sus debilidades y fortalezas, se investigan las estrategias más adecuadas para su exitoso proceso formativo. De acuerdo con el siguiente referente teórico:

#### **4.1.4.4 Estrategias de aprendizaje.**

Son todas aquellas ayudas planteadas por el docente que se proporcionan al estudiante para facilitar un procesamiento más profundo de la información. A saber, todos aquellos procedimientos o recursos utilizados por quien enseña para promover aprendizajes significativos. (Ospina, 2017).

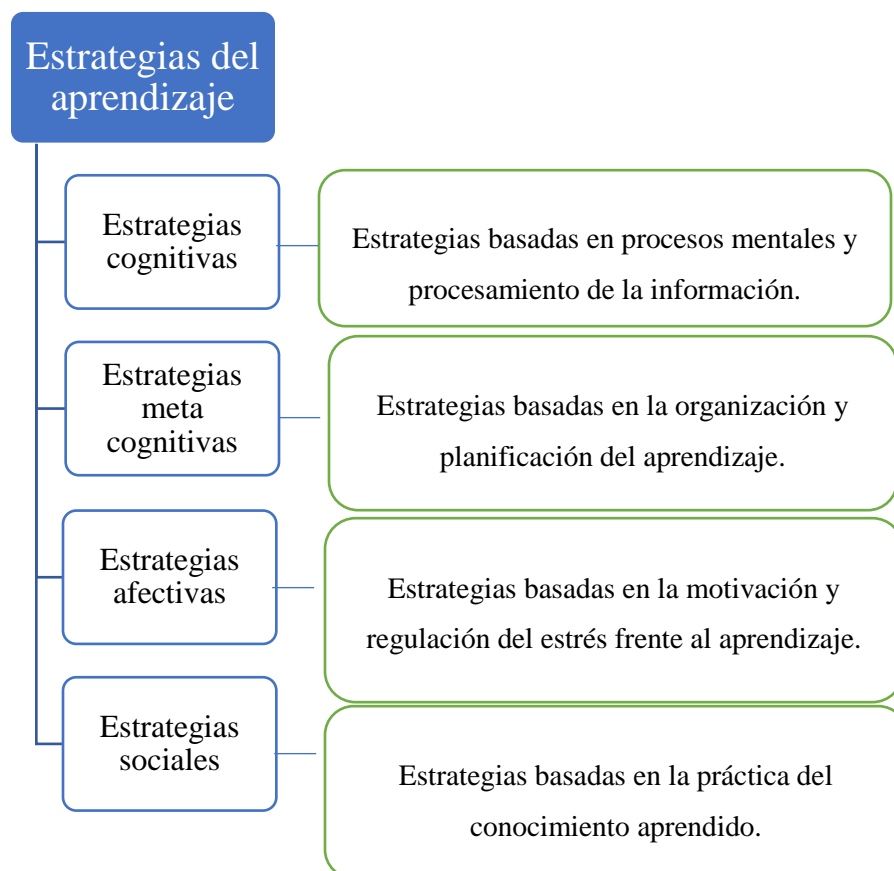
En la literatura disponible, las estrategias de aprendizaje de segundas lenguas se pueden agrupar en estrategias cognitivas, estrategias meta cognitivas, estrategias afectivas y estrategias sociales (O'Malley y Chamot, 1990).

Se escogen estas estrategias para el programa ya que como mencionan Rodríguez y García-Merás. (2002) en su libro *Las estrategias de aprendizaje y sus particularidades en lenguas extranjeras*, según los estudios realizados estas son las más asequibles y flexibles al momento de estudiar una lengua extranjera.



Figura 2

*Identificación de las estrategias de aprendizaje para aplicar en el programa de capacitación bilingüe.*



Fuente: Elaboración propia basada en (García, 2017).

#### **4.1.4.5 Resultados test de inglés.**

Estos test que evalúan cada una de las habilidades del lenguaje como son: el habla, la escucha, la escritura, y la lectura del idioma inglés. Son test de elaboración propia, basados el Libro New English File Workbook. (Oxeden, Latham, y Seligson, 2004) y el LEVEL TEST ELEMENTARY A1, tomado de [http://www.englishtag.com/tests/level\\_test\\_elementary\\_A1.asp](http://www.englishtag.com/tests/level_test_elementary_A1.asp).

Para su diseño también se ha tenido como referencia las competencias que se describen en la tabla de autoevaluación del nivel A1 del Marco Común Europeo de Referencia Para Las Lenguas. (2002).

Contienen diferentes actividades de evaluación en cada una de las habilidades del lenguaje, actividades sencillas en donde se puede evaluar al estudiante de una manera integral, estas actividades son informales que no toman más de 10 minutos.

Dichas actividades son las que se describen a continuación:

- **Habilidad del habla (Speaking):** entrevista informal, o presentación personal. Estas actividades permiten la evaluación del estudiante en cuanto a pronunciación, fluidez y comprensión del tema, estas actividades son familiares para ellos ya que las utilizan en su trabajo y en su vida diaria.
- **Habilidad de la escucha (Listening):** canciones en inglés, conversaciones o diálogos cortos pueden ser de gran ayuda en el proceso de aprendizaje.
- **Habilidad de la escritura (Writing):** prueba sencilla de gramática. La prueba de gramática tiene los contenidos específicos del nivel A1 en donde se trabaja temas básicos como: el verbo to-be, clases de preguntas, presente simple. Temas sencillos del diario vivir. Con los cuales el estudiante puede defenderse en una situación de carácter básico. Como una presentación personal o entrevista sencilla con un extranjero.
- **Habilidad de la lectura (Reading):** prueba sencilla de lectura con selección de respuesta múltiple. Esta prueba tiene un texto corto en donde el estudiante hace comprensión de lectura, mediante la selección de la respuesta correcta. Se evalúa la comprensión, gramática y vocabulario por medio de textos sencillos tomados del English File Elementary Oxford.

Los siguientes test aplicados al personal de atención al cliente, están basados en las habilidades y fortalezas del nivel A1 del Marco Común Europeo de Referencia Para Las Lenguas. (2002) y Libro New English File Elementary Workbook. (Oxeden, Latham, y Seligson, 2004).

Para la evaluación de los mismos se utilizará la siguiente escala numérica, propuesta anteriormente durante el desarrollo del primer objetivo.

Tabla 10.

*Escala de resultados para aplicar a los test aplicados en las cuatro habilidades del lenguaje para el personal de las agencias de viajes.*

ESCALA DE RESULTADOS				
PORCENTAJE TOTAL PRUEBA			100%	
Muy débil	Débil	Medio	Fuerte	Muy fuerte
0-20%	20%-40%	40-60%	60-80%	80-100%

Fuente: Elaboración propia. Estos porcentajes corresponden a la escala propuesta al inicio de la propuesta del Programa de Capacitación para medir el desempeño de los participantes.

Para las pruebas de Reading y los contenidos del Programa de Capacitación se tomó contenido gramatical del Libro New English File Elementary Student's book, (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004). En el cual su contenido es correspondiente al nivel A1. Para los test se tomará solamente las unidades 1.

#### 4.1.4.5.1 Test inicial Reading.

Se le hace entrega a cada estudiante la siguiente lectura, en donde se identifica la información de tres hoteles diferentes con su información. Se pide que lea con atención y que escoja la opción más acertada.

Tabla 11.

*Lectura para prueba de Reading “Hotels with a difference”.*

A- UNDER the water; Utter Inn, Sweden	B-IN a mountain: Elkep Evi, Turkey	C-ON an Island: kamalame Cay, Bhamas.
<p>A floating underwater hotel in Lake Malaren. You arrive by boat, and then go downstairs to sleep in an aquarium. There is only one room with two single beds and a table. You can watch the fishroom from your bed! Your dinner arrives in the evening, by boat.</p> <p><b>Location:</b> Vasteraás, near Stockholm, Sweden.</p> <p><b>Price:</b> \$250-\$350.</p> <p>Small boat to visit other islands. Only open in the summer.</p>	<p>Ancient caves in the side of a mountain, now hotel rooms with modern facilities. Most rooms have a private terrace with some fantastic views of Cappadocia. Turkish breakfast served in the garden.</p> <p><b>Location:</b> Urgup, Cappadocia, Central Turkey.</p> <p><b>Number of rooms:</b> 23.</p> <p><b>Price:</b> \$100.</p> <p>Spa with massages and treatments.</p> <p>24-hour room service.</p> <p>Restaurant.</p> <p>Children welcome.</p>	<p>Luxury private island with the five kilometers of beautiful beach. You can only get to the island by our private boat (or seaplane). Fantastic Caribbean cuisine, a perfect relaxing holiday.</p> <p><b>Location:</b> Kamalame Cay, Andros, Bahamas.</p> <p><b>Number of rooms:</b> 16.</p> <p><b>Price:</b> \$840-3,500.</p> <p>Gourmet restaurant.</p> <p>24 hours room service.</p> <p>Swimming Pool.</p> <p>Family bedrooms. Children welcome.</p>

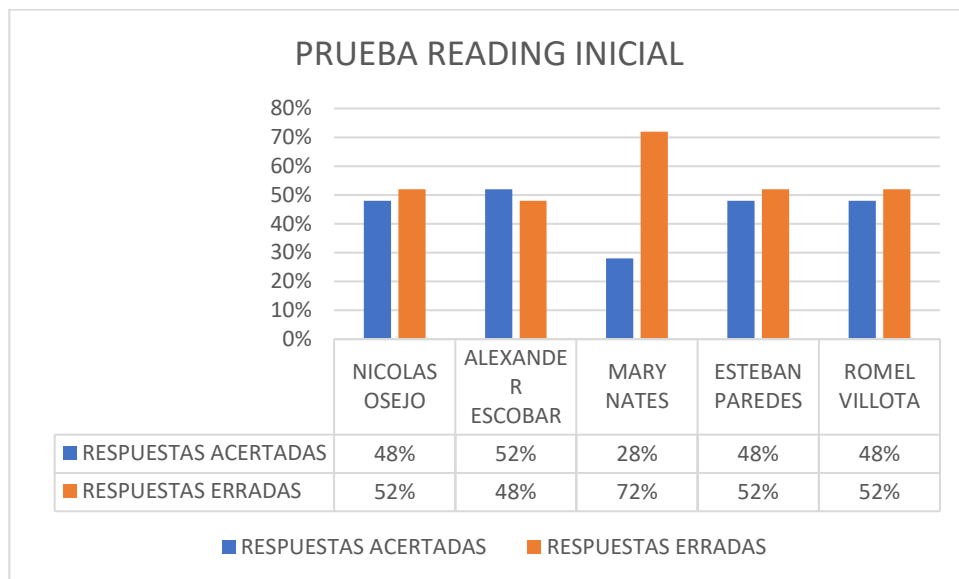
Fuente: Hotels with a difference reading. (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004).

Este test se aplicó a los cuatro empleados con el siguiente formato de respuestas de selección múltiple. Ver anexo 8, este test lo desarrollaron por un tiempo aproximado de 5 minutos cada uno.

Estos son los resultados generales de la prueba de Reading:

Figura 3.

*Resultados prueba de Reading inicial para el personal de las agencias participantes.*



Fuente: elaboración propia

### **Análisis general:**

Los empleados reconocen algunas palabras claves de su entorno familiar y laboral. Alexander Escobar obtiene un puntaje de respuestas acertadas de 52%, los empleados Nicolás Osejo, Esteban Paredes y Romel Villota un porcentaje de 48%. Los resultados fueron significativamente bajos, muestran una gran falencia en la habilidad de lectura donde los empleados muestran dificultad al momento de la comprensión de lectura y falta de vocabulario.

El más bajo porcentaje es el de la señora Mary Nates con un 28% de respuestas acertadas donde demuestra su falta de vocabulario para la comprensión de textos.

Los empleados muestran dificultad al momento de la comprensión de lectura y falta de vocabulario.

#### 4.1.4.5.2 Test inicial Listening.

Para este test se toma un texto sencillo en audio titulado: “Presentándose” “Introducing yourself” tomado de la página Learn Practical Spanish Online. El texto contiene un total de 70 palabras básicas que el estudiante deberá identificar a través del audio. Se evaluará entonces con la escala de resultados presentada anteriormente.

Tabla 12.

*Texto en audio para prueba de Listening.*

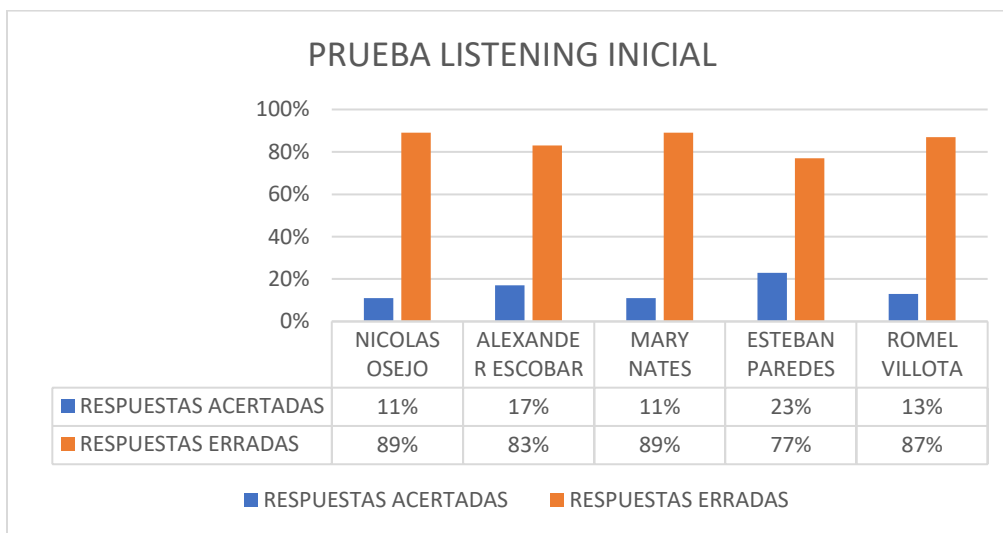
<b>Introducing yourself</b>
Hello! My name is Ana. I am twenty-five years old. I live in Miami, Florida with my husband and two children. I have one son in kindergarten and one daughter in first grade. They both attend public school. My husband is a mechanic. On weekends, he works at a restaurant as a dishwasher. The restaurant usually gets more customers on weekends, so they need extra people to wash dishes.

Fuente: (Learn Practical Spanish Online, 2017). El contenido del texto es básico y de conocimientos generales, lo que facilita su aplicación en este tipo de programa.

El desarrollo de la prueba tomó 3 minutos, en los cuales se realizó la repetición del audio por segunda vez. Cada estudiante demoró 3 minutos más ordenando las palabras escritas y consolidándose los siguientes resultados que se muestran de forma general así:

Figura 4.

*Resultados prueba de Listening inicial para el personal de las agencias participantes.*



Fuente: elaboración propia.

### **Análisis general:**

En general los estudiantes reconocen palabras muy básicas y familiares, algunos de ellos debieron escuchar el audio por tercera vez para escribir sus respuestas, aunque el audio corría a una velocidad normal, ellos preferían escucharlo a una velocidad lenta y con pausas eso manifiesta inseguridad en la escucha y por consiguiente no hay memoria auditiva de la pronunciación de ciertas palabras. Los estudiantes Nicolás Osejo y Mary Nates con un 11% tienen los porcentajes más altos del grupo entrevistado con relación a las respuestas erradas. Pero en general los estudiantes tienen bajos resultados en la habilidad de la escucha. Los estudiantes muestran una falencia específica en esta habilidad, se tendrá en cuenta para las actividades y sesiones a desarrollar.

#### 4.1.4.5.3 Test inicial Speaking.

Para esta prueba se utiliza la entrevista personal, donde se destacan preguntas básicas como: ¿Cuál es su nombre?, ¿Cuántos años tiene?, ¿Cuáles son sus colores favoritos?, ¿Cuál es su música favorita? Y se le pide al estudiante que deletree su nombre con el fin de conocer sus conocimientos básicos como el abecedario y sus sonidos. Este test se desarrolló en un tiempo aproximado de 4 minutos, La prueba es de elaboración propia y se consolida sus resultados generales en el siguiente formato:

Figura 5.

*Prueba de Speaking inicial para el personal de las agencias participantes.*

PRUEBA DE SPEAKING ENTREVISTA											
PREGUNTAS		Respuestas de los seleccionados									
		Romel Villota (Nova tours s.a.)	CALIFICACION	Nicolas Osejo (Mar y viajes internacional)	CALIFICACION	Alexander Escobar (Mar y viajes internacional)	CALIFICACION	Esteban Paredes (jovi tours)	CALIFICACION	Mary Nates (De paseoh)	CALIFICACION
1.	What's your name?	My name is Romel	OK	Name Nicolas	X	My name is Alexander	OK	My name is Esteban Paredes	OK	Mary	X
2.	How old are you?	My old is 33 (thirty tree)	X	18 old	X	I am 23 years old	OK	I'm 39 years old	OK	No sabe/No responde	X
3.	What are your favorite colors?	My colors red and blue	OK	Colors blue, green	OK	My favorite colors blue, red	OK	Red, blue.	OK	Green	OK
4.	What's your favorite music?	My favorite music is baladas romantic	OK	My favorite music rock	OK	Music reguetton	X	My favorite music is salsa	OK	Bachata	OK
5.	Spell your name, please	ar-ou-em-ai-el-vi-ei-el-el-te-a	X	en-ai-si-ou-el-ei-es	X	ei-el-i-exs-ei-en-di-i-ar-i-es-si-ou-bi-ei-ei-ar	OK	I-es-ti-i-bi-ei-en-pi-ar-i-di-i-es	OK	No sabe/No responde	X
<b>Respuestas</b>		<b>3</b>		<b>2</b>		<b>4</b>		<b>5</b>		<b>2</b>	
<b>%</b>		<b>60%</b>		<b>40%</b>		<b>80%</b>		<b>100%</b>		<b>40%</b>	
<b>Respuestas</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>1</b>		<b>0</b>		<b>3</b>	
<b>%</b>		<b>40%</b>		<b>60%</b>		<b>20%</b>		<b>0%</b>		<b>60%</b>	
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>		<b>100%</b>	

Fuente: elaboración propia



La calificación está identificada de la siguiente manera:

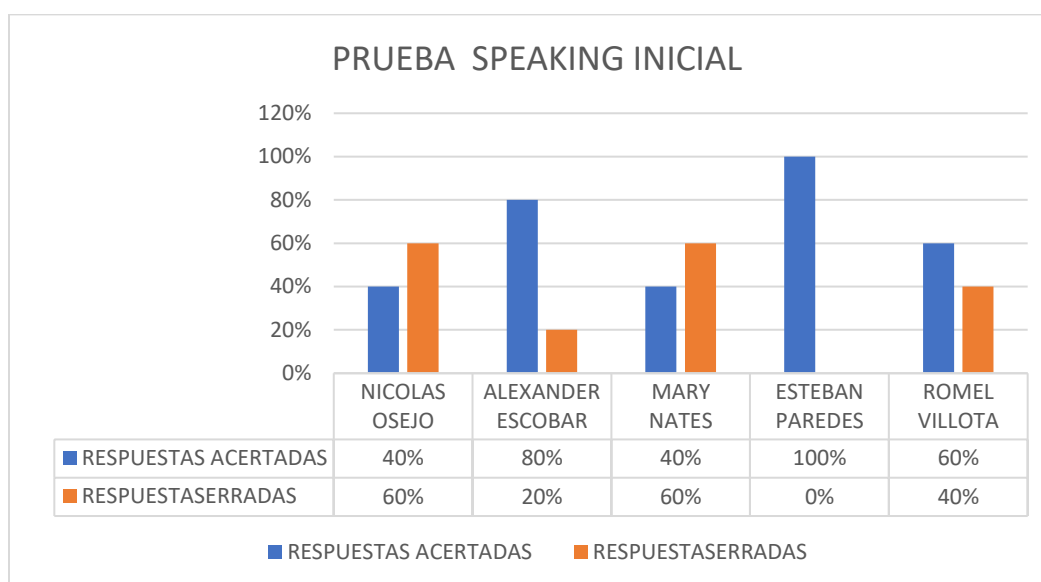
Si el estudiante responde con claridad y de forma acertada: OK

Si el estudiante no responde con claridad y de forma apropiada: X

La prueba es de elaboración propia y se consolida sus resultados generales en el siguiente formato:

Figura 6.

*Resultados prueba de Speaking inicial.*



Fuente: elaboración propia.

### **Análisis general:**

Se observa que Esteban Paredes logra un porcentaje de respuestas acertadas del 100%, Alexander Escobar, un porcentaje de respuestas acertadas del 80%. Romel Villota con obtuvo un 60%, estos empleados responden de una forma afirmativa a la prueba de habilidad del habla, contando en su léxico palabras básicas y claves para responder a una entrevista sencilla. Se evidenció un porcentaje menor en algunos de ellos como Nicolás Osejo y Mary Nates, con un 40% el miedo a la pronunciación.

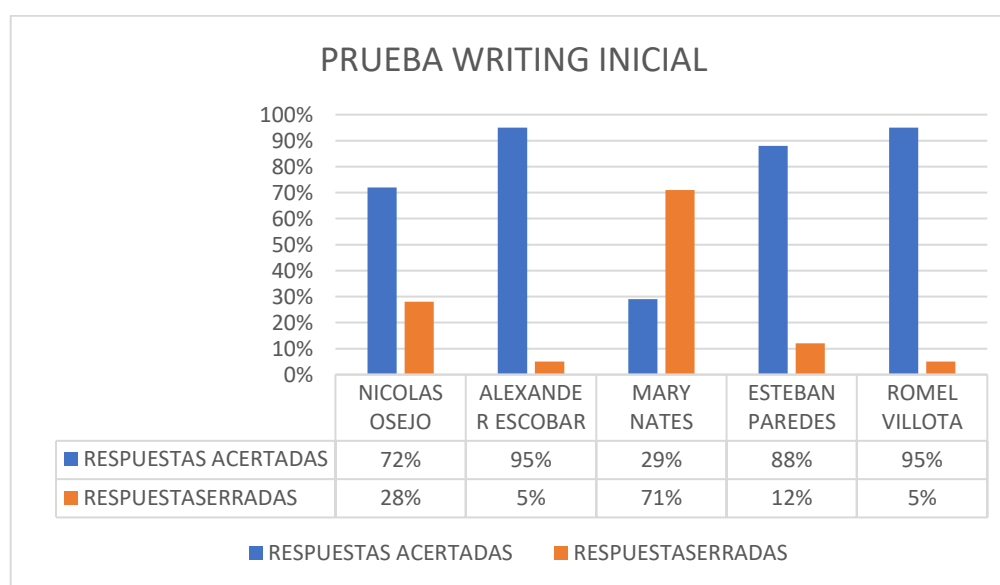
#### 4.1.4.5.4 Test inicial Writing.

Para esta prueba se tomaron los contenidos gramaticales del nivel básico A1, del libro “New English File Elementary Student’s Book”. Donde se elaboraron ejercicios sencillos como ordenar las palabras para formar una oración, escoger la respuesta correcta y escoger respuesta única como un Si o como un No.

Esta prueba se desarrolló en un tiempo aproximado de 15 minutos. Ver anexo 9. La prueba es de elaboración propia y se consolida sus resultados generales:

Figura 7.

*Resultados prueba inicial de Writing para el personal de las agencias participantes.*



Fuente: elaboración propia

#### **Análisis general:**

Se destaca su desarrollo eficaz los empleados Alexander Escobar y Romel Villota con un 95%. Esteban Paredes con un 88%, y Nicolás Osejo con 72% un desempeño sobresaliente y Mary Nates con un 29% demuestra su inseguridad en el desarrollo de la prueba.

Es notable que la gramática es el punto débil de los estudiantes debido a que sus conocimientos en el idioma extranjero no son de uso práctico y los pocos que tienen son muy básicos. La falta de interés y tedio en la gramática fue una manifestación general de los estudiantes. Donde se les compartió por medio de una charla motivacional la gran importancia de la misma para el uso diario y su entorno laboral. Son capaces así de escribir con palabras claves textos sencillos y frases cortas repetitivas donde se nota la falta de vocabulario.

#### **4.1.4.5.5 Análisis de resultados test iniciales.**

##### **Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional.**

Es notable que a Nicolás Osejo no se facilita la parte de Listening, su mayor fortaleza fue en la parte de Reading, seguido por Speaking y Writing, sin embargo, estos resultados son bajos, referente a un inglés muy básico.

Para Alexander Escobar, su parte más fuerte fue en el Speaking donde participa de manera sencilla en una conversación identificando palabras claves para asociarlas. La parte de Writing, en donde maneja estructuras gramaticales básicas de uso habitual. Seguido por la parte de Reading donde identifica la idea general del texto infiriendo las ideas principales del mismo. En la parte de Listening su puntaje no fue el mejor, no tiene memoria auditiva y le es complicado entender un inglés nativo por su rapidez.

##### **Agencia de Viajes de Paseo.**

Para Mary Nates la parte de Speaking fue la más alta pero no la más satisfactoria, se identifican palabras clave, pero no se maneja la idea básica de una oración.

Seguido por la parte de Reading en donde con palabras clave puede dar una idea del texto, la parte de Listening es baja y la parte de Writing no identifica estructuras gramaticales para poder redactar textos sencillos.

**Agencia de Viajes Jovi Tours.**

Para Esteban Paredes la mejor parte fue la de Speaking donde puede entablar una conversación de manera sencilla utilizando tiempos verbales de manera habitual. En la parte de Reading maneja la asociación por palabras clave para dar una idea general de un texto, Writing identifica formas básicas gramaticales de uso diario y en la parte de Listening es complicado comprender un inglés nativo por su rapidez.

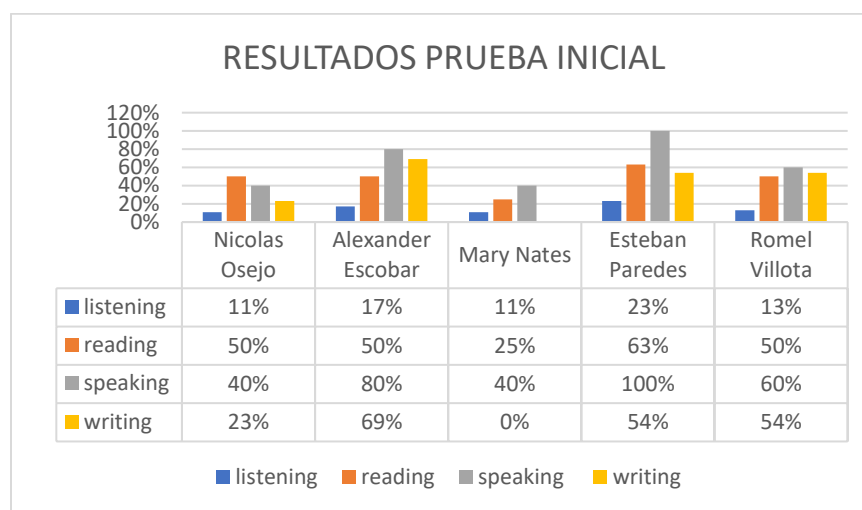
**Agencia de Viajes Nova Tours S.A.S.**

Los porcentajes de Romel Villota son casi iguales, en donde la parte de Speaking y Writing se destacan, maneja estructuras básicas gramaticales propias de uso diario. El Reading se trabaja por asociaciones identificando palabras clave para el entendimiento. Y por último la parte de Listening es la más complicada, falta de memoria auditiva y acercamientos con el idioma.

Con los resultados obtenidos de los test aplicados en las habilidades del lenguaje para los empleados de las agencias de viajes participantes, se realiza un análisis general de los mismos por medio de los porcentajes positivos que cada estudiante obtuvo en las pruebas, por medio de estos resultados se elaboró un cuadro comparativo en cada una de las habilidades del lenguaje para hacer el correspondiente análisis y su gráfica:

Figura 8.

*Resultados generales de los test iniciales aplicados en las habilidades del lenguaje para las agencias de viajes participantes.*



Fuente: elaboración propia

Es notable los porcentajes bajos de los siguientes estudiantes: Nicolás Osejo con un porcentaje de 11%, Alexander Escobar con un porcentaje de 17%, Mary Nates con un porcentaje de 11%, en cuanto a la habilidad de Listening en inglés, varios manifestaron su falta de oportunidades de interacción con el idioma tanto en el extranjero como hablantes nativos, y si han tenido estas experiencias han sido muy pocas. Los estudiantes deben desarrollar esta habilidad de Listening por medio de canciones, audios y películas. Siguiendo con el análisis la parte de prueba de Reading en inglés es considerable que en la mayoría de los participantes supera el 50%, comprenden los textos mediante palabras clave que permiten asociación de conceptos así dan una idea general del texto. La parte de la Writing es compleja para ellos ya que deben manejar estructuras gramaticales básicas para armar oraciones y expresiones de manera sencilla, pero no las manejan. Por último, la parte del Speaking se debe reforzar mediante juegos y actividades lúdicas que traten temas modernos, así poder asociar el mundo actual con el aprendizaje en proceso.

Se aprecia que la parte en la que en general existe mayor fortaleza es el Speaking mientras el Listening se queda en último lugar. Se espera que con la implementación del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe se refuercen las fortalezas y se mejoren los puntos débiles.

#### **4.1.5. Análisis de resultados generales.**

Se procede a realizar el análisis de los resultados de las fases anteriores para determinar las necesidades en capacitación en bilingüismo del personal de las agencias de viajes participantes del proyecto.

Los resultados obtenidos a través del cuestionario basado en el modelo SERVQUAL indican aspectos importantes acerca de la atención al cliente, el ambiente en el cual se desarrollan las actividades normales de la empresa y si eso está afectando de manera positiva o negativa su servicio.

Este Programa Piloto de Capacitación Bilingüe busca no solo mejorar la comunicación del empleado de la agencia de viajes con el turista extranjero sino todo su entorno laboral, así el personal se siente seguro, capacitado y listo para los retos del mundo de hoy.

Las cuatro agencias encuestadas muestran un buen ambiente con todos los equipos y suministros que necesita una oficina. En cuanto a elementos de publicidad las agencias Nova Tours S.A.S y Jovi Tours tienen una publicidad llamativa, las demás agencias como Mar y Viajes Internacional y de Paseoh tienen una manera regular de mostrar sus servicios a los clientes.

Un aspecto tan importante como la presentación personal tiene un impacto en el cliente de manera inicial y en el transcurso de su cercanía con la agencia de viajes. En este aspecto se destaca de manera positiva Nova Tours S.A.S, de Paseoh, y Jovi Tours.

Es notable que las agencias encuestadas demuestran su capacidad de respuesta y atención oportuna al cliente. En general las cuatro agencias indican falta de prestación del servicio en el idioma inglés.

Las agencias de viajes encuestadas indican un buen nivel de confianza para el cliente, se preocupan por sus intereses y la interacción a solucionar dudas y requerimientos,

mostrando una gran acogida destacan las agencias Mar y Viajes Internacional y Nova Tours S.A.S.

Con relación a los test iniciales de evaluación en las cuatro habilidades del lenguaje en el idioma inglés se concluye lo siguiente:

Es notable que los porcentajes de los estudiantes son bajos en cuanto a la habilidad de la Listening en inglés, pero son altos en general en la habilidad de Speaking, lo que muestra que tienen herramientas básicas para hacerse entender, pero les cuesta entender a los demás.

Es necesario reforzar las cuatro habilidades del lenguaje (Listening, Speaking, Writing, Reading) en los participantes del Programa Piloto, ya que se observa que el nivel que poseen es muy básico.

Una vez finalizado el diagnóstico, los resultados obtenidos ayudan a determinar las estrategias de aprendizaje más adecuadas para el Programa de Capacitación dirigido al personal de atención al cliente de las agencias participantes, ya que permiten identificar el grado de inglés que tiene el personal según el Marco Común Europeo.

## 4.2 OBJETIVO ESPECIFICO 2.

*Diseñar el programa piloto de capacitación bilingüe a partir de los resultados, recomendaciones y conclusiones del diagnóstico realizado.*

**Programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes de la ciudad de Ipiales-Nariño.**

### **Presentación.**

Este Programa Piloto de Capacitación Bilingüe Dirigido a las agencias de viajes de la ciudad de Ipiales, en particular a las agencias participantes: Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional, Agencia de Viajes de Paseoh, Agencia de Viajes Jovi Tours y Agencia de Viajes Nova Tours S.A.S.

Constituye un instrumento para mejorar la gestión del conocimiento en las mismas, en especial el conocimiento bilingüe tan importante en la actualidad turística.

Ipiales está constituido como un eje revelador del turismo en los próximos años, y por tanto debe estar a la vanguardia turística.

Este Programa Piloto de Capacitación Bilingüe se consolida tras una serie de diagnósticos y estudios, al personal de atención al cliente donde se determinó su formación profesional y conocimientos bilingües. Dando como resultado un conocimiento muy básico en el idioma inglés, sin embargo, poseen habilidades significativas que se pretende mejorar. De acuerdo al estándar de auto-evaluación del Marco Común Europeo todos los participantes se los ubican en el nivel A1 básico, demostrando habilidades básicas y muy sencillas, correspondientes a este nivel, pero aun así su inglés no califica como A1 con todas las competencias que este nivel posee. Dificultades para aprender escribir, escuchar y comprender el lenguaje oral y escrito: la exposición a una lengua con estructura distinta, la transferencia de la lengua materna a la lengua extranjera (inglés), los tipos de errores a los que da lugar al miedo a hablar como la pronunciación correcta.

De acuerdo con los resultados evaluados en los test iniciales se puede observar que la mayor falencia que se presenta es en la prueba de Listening, siendo el Speaking de manera básica,



una fortaleza, donde se caracteriza por el manejo improvisado y con asociación de palabras clave para poder expresar una idea en el idioma inglés. Se pretende entonces superar los porcentajes un poco más del 50% en cada habilidad.

Con los resultados de los test iniciales en todas las habilidades del lenguaje en el idioma inglés. Para los cinco participantes de las cuatro agencias de viajes, se diseña este Programa Piloto de Capacitación Bilingüe dirigido al personal de atención al cliente. En el que incluye actividades lúdicas y pedagógicas para el mejoramiento de cada habilidad.

Este programa piloto de capacitación bilingüe dirigido a las agencias participantes pretende mejorar y perfeccionar en algunos casos el nivel A1, dando una seguridad en un futuro para empezar un nivel A2. De acuerdo con los lineamientos del programa piloto de capacitación bilingüe a practicar se evalúa mediante una prueba que integre todas las habilidades del lenguaje, elaborada por el instructor, ya que es el mismo instructor quien analiza retrocesos y avances de los estudiantes participantes, no se incluye pruebas internacionales ya que contienen evaluación en otras competencias a nivel mundial.

Es importante mencionar, que se realizó la convocatoria pertinente para este Programa Piloto de Capacitación. Contando con la participación de 4 agencias, las cuales determinaron el tiempo de capacitación siendo 3 horas semanales durante 8 semanas. Con una duración de 16 sesiones cada una de 1 hora y 30 minutos.

A continuación, se presentan los objetivos del programa piloto de capacitación bilingüe, el desarrollo de estrategias y sus actividades mediante una serie de contenidos a desarrollar en las sesiones. Resultados finales que se evalúan mediante test de evaluación en las habilidades del lenguaje y sus conclusiones.

#### **4.2.1 Objetivo general del programa piloto de capacitación bilingüe.**

Capacitar en el idioma inglés nivel básico A1, al personal de atención al cliente de las Agencias de viajes: Mar y viajes Internacional, De Paseoh, Jovi Tours y Nova Tours S.A.S. Con el fin de mejorar sus habilidades lingüísticas en el idioma inglés.

#### **4.2.2 Objetivos específicos del programa piloto de capacitación bilingüe.**

- Diseñar el programa piloto de capacitación bilingüe, tomando como referente los resultados iniciales de test de evaluación en las habilidades lingüísticas, identificación de estrategias de aprendizaje y actividades lúdicas y pedagógicas. Resultado final una planilla guía de contenidos y actividades para 16 sesiones de clase.
- Implementar el programa piloto de capacitación bilingüe.
- Evaluar los resultados finales, mediante test aplicados para las habilidades de lenguaje en el idioma inglés.
- Realizar las conclusiones pertinentes.

#### **4.2.3 Metodología.**

Se usará una metodología comunicativa, permitiendo al estudiante ubicarse en un inglés real y vivencial.

El método comunicativo o enseñanza comunicativa de la lengua (en inglés, Communicative Language Teaching, CLT) es un enfoque en la enseñanza de idiomas en el que se da máxima importancia a la interacción como medio y como objetivo final en el aprendizaje de una lengua. Se le conoce también como enfoque comunicativo (en inglés, Communicative Approach). (Wikipedia, 2017).

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación son esenciales en la actualidad y permiten tener un amplio panorama de aprendizaje. Se contará con el uso de las mismas durante el desarrollo del programa de capacitación mediante páginas web, y recursos ofimáticos.

Se trabajarán todas las habilidades del idioma inglés (Speaking, Listening, Reading, Writing) así el estudiante se desarrolla de una manera integral. Se pretende generar en el estudiante su capacidad de auto aprendizaje, que lo lleve a complementar sus conocimientos adquiridos en clase con una disciplina fuera de ella.

El Programa Piloto de Capacitación Bilingüe consiste en una serie de sesiones pedagógicas en donde se desarrollan varias actividades lúdicas que mejoran las habilidades del lenguaje en el

idioma inglés. Cada actividad permite al estudiante tener una mayor familiaridad con el idioma inglés, ya que son actividades del diario vivir, contextualizadas en el mundo moderno.

Se espera un rendimiento satisfactorio de parte de los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes. Se llevará cabo su desarrollo en las instalaciones de las agencias de viajes participantes, y en un tiempo estipulado de 3 horas semanales durante 8 semanas, con una duración de 16 sesiones cada una de 1 hora y 30 minutos.

Al final del proceso se espera un perfeccionamiento del nivel básico A1, y una invitación para que el proceso de formación siga de manera continua tanto en su entorno laboral como en sus vidas.

A continuación, se mencionan las competencias descritas en el nivel básico A1, que se espera los estudiantes perfeccionen en el proceso de aprendizaje.

#### **4.2.3.1 Competencias que los estudiantes van a adquirir de acuerdo al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.**

Estas competencias están descritas en la tabla de auto-evaluación de los niveles estándar que determina el Marco Común Europeo, en este caso se necesitará la descripción del nivel usuario básico A1, que es el que se va a poner en marcha en este programa piloto de capacitación bilingüe.

##### **Descripción de las competencias:**

##### **Nivel: Elemental = A1**

- **Comprensión auditiva.**

Reconozco palabras y expresiones muy básicas que se usan habitualmente, relativas a mí mismo, a mi familia y a mi entorno inmediato cuando se habla despacio y con claridad.

- **Comprensión de lectura.**

Comprendo palabras y nombres conocidos y frases muy sencillas, por ejemplo, las que hay en letreros, carteles y catálogos.

Puedo entender la idea general de textos informativos sencillos y breves y las descripciones sencillas, especialmente si contienen ilustraciones que ayuden a explicar el texto.

Puedo entender textos muy cortos y sencillos, con la ayuda de palabras que me resulten familiares y de expresiones básicas, releendo, por ejemplo, partes del texto.

- **Interacción oral.**

Puedo participar en una conversación de forma sencilla siempre que la otra persona esté dispuesta a repetir lo que ha dicho o a decirlo con otras palabras y a una velocidad más lenta y me ayude a formular lo que intento decir. Planteo y contesto preguntas sencillas sobre temas de necesidad inmediata o asuntos muy habituales.

- **Expresión oral.**

Utilizo expresiones y frases sencillas para describir el lugar donde vivo y las personas que conozco.

- **Expresión escrita.**

Soy capaz de escribir postales cortas y sencillas, por ejemplo, para enviar felicitaciones. Se rellenan formularios con datos personales tales como: mi nombre, mi nacionalidad y mi dirección en el formulario del registro de un hotel. (Marco Común Europeo de Referencia Para Las Lenguas, 2002).

#### **4.2.4. Contenidos del programa de capacitación bilingüe.**

Para la realización de estos contenidos descritos en la siguiente planilla guía, se tuvieron en cuenta las actividades lúdicas y pedagógicas que se describen de acuerdo a las estrategias del aprendizaje identificadas. Así mismo que estas actividades se ajusten al tiempo que se tiene para desarrollarlas con los estudiantes.

Se divide por el número de sesión a desarrollar, el tema general para la clase, los objetivos que se pretende alcanzar al final de la sesión, la gramática y el vocabulario que se aprenderá a lo largo de la sesión, y por último se evalúa los resultados de la clase mediante una actividad

lúdica o pedagógica que mejore los conocimientos obtenidos en la clase. Cabe resaltar que al final de la clase se les pide que retomen los conceptos aprendidos y se animen a seguir la siguiente jornada.

Se destaca que la parte de gramática y vocabulario esta referenciada del contenido gramatical del libro New English File Elementary Student's Book, (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004). En el cual su contenido es correspondiente al nivel A1.

Esta planilla guía se divide en las siguientes partes:

- Sesiones: se especifica el tiempo en el cual se desarrolla las sesiones de clase el cual corresponde por cronograma a 16 sesiones de clase.
- Temas: Se explica de manera general los temas a tratar en la sesión de clase.
- Objetivos: Los logros que se quiere alcanzar al finalizar la sesión.
- Grammar: Contenido gramatical correspondiente al nivel A1 según el Marco Común Europeo, contenido gramatical referenciado del libro New English File Elementary Student's Book, (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004). En el cual su contenido es correspondiente al nivel A1.
- Vocabulary: El vocabulario hace parte de la reserva lingüística del estudiante así que se especifica un vocabulario relacionado con el tema general de la clase para los estudiantes.
- Actividades: Una serie de tareas para los estudiantes que se pueden desarrollar en la clase y algunas de ellas las trabajan en su tiempo libre en casa.

A continuación, se muestran los contenidos gramaticales del libro new English file Elementary Student's Book, en los cuales se basó el desarrollo de las sesiones.

Tabla 13.

*Contenidos gramaticales libro “New English File Elementary student’s book”*

CONTENIDOS GRAMATICALES LIBRO NEW ENGLISH FILE ELEMENTARY STUDENT'S BOOK		
UNIDAD	GRAMATICA	VOCABULARIO
1	Verbo to-be (ser o estar)	Números, días de la semana.
	Adjetivos posesivos	Números: 20-1000.
	Conectores de oraciones: un, una, uno, unas, unos, este, esta, ese, esa.	Información personal, el salón de clases, objetos comunes, lenguaje en el salón de clases.
2	Presente simple: oraciones positivas, oraciones negativas.	Verbos frasales, plurales irregulares.
	Presente simple: preguntas.	Verbos frasales comunes.
	Un, una. Profesiones	Profesiones.
	El posesivo en ingles	Familia.

Fuente: Elaboración propia basada en (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004).

A continuación, las sesiones a trabajar en el Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.

Tabla 14.

*Planilla guía contenidos del programa de capacitación bilingüe para las agencias de viajes participantes nivel A1*

CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN BILINGÜE PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES PARTICIPANTES NIVEL A1					
Sesión No.	TEMAS	OBJETIVOS	GRAMMAR	VOCABULARY	ACTIVIDADES
1	<b>Introducing yourself</b>	Presentarse a sí mismo	Verb to-be (+,-,?)	Personal information	Essential grammar exercises
		Identificar personas	Pronouns	Numbers	Fill in the blanks
		Despedirse	Farewells	Alphabet	Learning new vocabulary
2	<b>Common vocabulary</b>	Identificar objetos	a-an, this, that, those, these	office objects, plurals	Learning new vocabulary
3	<b>Transportation</b>	Localización de lugares		transportation	role plays
		Dar y recibir orientaciones sobre			Learning new vocabulary,

		lugares			essential grammar exercises
4	<b>Family</b>	Identificar miembros de la familia	Possesive s	family	role plays, essential grammar exercises
		Hablar y describir la familia	Adjectives	adjectives	role plays, fill in the blanks
5	<b>Daily routine</b>	Hablar de la rutina diaria y actividades generales	Present simple (+,-,?)	verb phrases, irregular plurals	Essential grammar exercises, writings simple texts.
6	<b>The hour</b>	Hablar de las horas, y el clima	Telling the time	time words and expressions	Essential grammar exercises, writings simple texts.
			adverbs of frequency	The date	Essential grammar exercises, writings simple texts, role plays
			prepositions of time		Fill in the blanks
7	<b>Daily routine</b>	Hablar de la rutina diaria y actividades generales	Verb to-be (+,-,?)	Daily activities	Review, speaking, role plays.
			Present simple (+,-,?)		English club
	<b>Clothes</b>	Identificar prendas de vestir		Clothes and fashion.	role plays, fill in the blanks
8		Hablar sobre deseos y necesidades.			role plays, fill in the blanks
		Describir estilos de ropa	Adjectives		
9	<b>Informal and formal</b>	Escribir cartas formales e informales	basic grammar structure	Letter expressions	Essential grammar exercises, writings simple texts.
10	<b>Questions</b>	Hacer preguntas en ingles	wH questions, QUASI structure	Daily life	Essential grammar exercises, writings simple texts.
11	<b>I can do it</b>	Identificar el verbo modal CAN y su uso.	Can (+,-,?)	Verb phrases.	role plays, fill in the blanks
12	<b>I like it</b>	Hablar de los pasatiempos	like +(verb+ing)	free time activities	English club
13	<b>Stories of love</b>	Identificar los pronombres objeto.	Object pronouns: me, you, him, etc.	Love story phrases	role plays, fill in the blanks
14	<b>Past plans</b>	Identificar el pasado del verbo to-be (was-were)	word formation	connections	English club, essential grammar exercises, writing simple texts.

15	<b>Past plans 2</b>	Identificar el pasado del pasado simple (did) Irregular, regular verbs	past time expressions	verb list	English club, essential grammar exercises, writing simple texts.
15	<b>Final test</b>				English club

Fuente: Elaboración propia. Basadas en (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004) y el Marco Común Europeo de Referencia Para Las Lenguas. (2002).

A continuación, se especifican los contenidos en turismo que se aplicaron en el Programa Piloto de Capacitación Bilingüe por medio de la siguiente tabla que contiene los siguientes componentes:

### **Sesión No.:**

En este apartado está el número específico de la sesión en la cual se desarrolla la actividad que está relacionada exclusivamente con contenidos en turismo. No se realiza este tipo de actividad exclusiva en todas las sesiones ya que en el resto de las sesiones los estudiantes refuerzan aquellos contenidos gramaticales básicos en inglés. Para el desarrollo de estas sesiones se requiere que los participantes tengan claros estos conocimientos básicos.

### **Actividad:**

Tarea designada que incluye contenido en turismo para desarrollar en el tiempo designado.

### **Descripción:**

Explicación de la actividad propuesta para esta sesión de clase

### **Vocabulario:**

Conjunto de palabras que se emplea en la actividad.

### **Duración:**

Tiempo de duración de la actividad propuesta.

El tiempo normal de una sesión es de 1 hora y 30 minutos. Para este tipo de actividad se toma un tiempo de 30 minutos.



Tabla 15.

*Contenidos en turismo aplicados al programa de capacitación bilingüe para las agencias de viajes participantes.*

<b>CONTENIDOS EN TURISMO APLICADOS AL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN BILINGÜE PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES PARTICIPANTES</b>				
<b>SESION No.</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VOCABULARIO</b>	<b>DURACIÓN</b>
1	Learning new vocabulary	Se realiza un ejercicio de asociación con el vocabulario y una serie de imágenes. Cada uno de los participantes habla acerca de las imágenes que ve.	Jobs in tourism (pilot, tour guide, flight attendant, tourist information officer, travel agent, receptionist, waiter, resort rep, chef, porter, hotel manager, airline check-in clerk)	30 minutos
3	Role plays	Esta actividad consiste en un juego de roles, donde los participantes actúan en diferentes situaciones, en esta oportunidad, uno de los participantes será el administrador de la agencia y la otra personal el cliente. Se practica: los saludos, hacer oraciones y preguntas sencillas, presentarse así mismo, y despedidas.	Touristic places in Colombia and Nariño, office objects, transportation, tourism vocabulary.	30 minutos
7	Speaking	En esta oportunidad los participantes se sienten libres para hablar de su rutina diaria en el trabajo, describir algunos lugares turísticos de su gusto.	Personal information, adjectives, time words and expressions, daily activities	30 minutos
9	Writing simple texts	Este ejercicio consiste en escribir textos sencillos describiendo los servicios que ofrece la agencia de viajes de cada uno de los participantes. Teniendo en cuenta el logo de la empresa, el cargo, la descripción de los servicios turísticos como asesoría en logística de grupos, guías de turismo, oferta de hoteles y restaurantes.	Letter expressions, time expressions, date, touristic information, places.	30 minutos

12	English club, learning new vocabulary	En este tiempo los participantes hablan libremente de sus pasatiempos y las actividades turísticas de su preferencia por ejemplo caminatas al aire libre, senderismo, canopy, Bunge, pesca, acampar entre otras.	Extreme sports, touristic activities, free time	30 minutos
14	Writing simple texts	Los participantes practican el pasado simple y el pasado del verbo to-be, escribiendo un relato de una historia destacada de la ciudad. Por ejemplo, la historia del santuario de las lajas, la fundación de la ciudad de Ipiales, mitos y leyendas de Nariño.	mystic vocabulary, touristic information, touristic places, connections.	30 minutos
16	English club	Como ultima sesión, se pide a los participantes que hablen libremente acerca de un lugar turístico de su gusto.		30 minutos

Elaboración propia basado en (Walker y Harding, 2006) y (Oxeden, Latham y Seligson, 2004).

A continuación, se detallan las actividades lúdicas y pedagógicas que de acuerdo con las estrategias del aprendizaje (cognitivas, sociales, afectivas y metacognitivas) son las más útiles para practicar en el aula de clase de acuerdo a Rodríguez y García-Merás (2002) como mencionan su artículo *Las estrategias de aprendizaje y sus particularidades en lenguas extranjeras*.

Debido a que no se cuenta con el tiempo suficiente para desarrollar las sesiones por motivos laborales, se pretende con estas actividades que el estudiante practique en sus tiempos libres la auto evaluación mediante el control de sus sesiones, el repaso y evaluación de cómo va su proceso formativo. Estas son algunas de las actividades recomendadas.

#### 4.2.4.1 Actividades recomendadas.

##### 4.2.4.1.1. Actividades recomendadas según las estrategias cognitivas del aprendizaje.

Estas estrategias permiten retener la información mediante ejercicios de resumen, agrupación y asociación incrementando el aprendizaje de una manera segura.

A continuación, una serie de actividades recomendadas para mejorar el aprendizaje del idioma inglés. Estas actividades se socializaron con los estudiantes a manera de recomendación, los estudiantes se comprometieron a estudiarlas en casa, en su tiempo libre.

Tabla 16.

*Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias cognitivas.*

<b>Páginas web y actividades para mejorar el aprendizaje en el idioma inglés.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fuente</b>
La Mansión del Inglés	Contenido gramatical de inglés, actividades de gramática y lecturas.	<a href="http://www.mansioningles.com/libros.htm">http://www.mansioningles.com/libros.htm</a>
Saber inglés	Revistas y artículos de todo el mundo en inglés.	<a href="http://www.saberingles.com.ar/newspapers.html">http://www.saberingles.com.ar/newspapers.html</a>
Cambridge Dictionary	Diccionario especializado en la traducción de inglés	<a href="http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/">http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/</a>
Aplicaciones para smartphone, Iphone	Aplicaciones de traducción de palabras en inglés.	Apps.google.com
Pearson method	Letras de canciones útiles en inglés para principiantes y profesores.	<a href="http://www.pearsonmethod.com">www.pearsonmethod.com</a>
Daniel Welsch	Daniel Welsch es un profesor empírico, enseña inglés a aprendices	YouTube: Daniel welsch

de español.

Movies	Películas en inglés para mejorar las habilidades del lenguaje.	youTube, Netflix.
British Council	contenido gramatical, ejercicios de audio y lectura en inglés.	<a href="https://learnenglish.britishcouncil.org/en/grammar-and-vocabulary">https://learnenglish.britishcouncil.org/en/grammar-and-vocabulary</a>
We speke	Intercambio de idiomas con nativos de otros países.	<a href="http://www.wespeke.com">www.wespeke.com</a>

Fuente: Elaboración propia.

#### **4.2.4.1.2. Actividades recomendadas según las estrategias afectivas y sociales del aprendizaje.**

Las estrategias sociales y afectivas que hacen referencia en cuanto al control mental sobre la emotividad del estudiante. El aprender un nuevo idioma genera un cierto tipo de estrés, se recomienda realizar estas actividades en casa, en el trabajo y en la vida diaria, para que el proceso de formación sea más llevadero y divertido a la vez.

A continuación, una serie de actividades recomendadas para controlar el estrés en el aprendizaje del idioma inglés.

Tabla 17.

*Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias sociales y afectivas.*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
Stress Control	Permite el control del estrés y la ansiedad al enfrentarse a un nuevo proceso de aprendizaje se recomienda: ejercicios de respiración, y meditación como el yoga. Música relajante, celta o clásica. Disfrutar de comedias. Escribir un diario donde se exprese miedos y temores.
Cheer up yourself	Hacer afirmaciones positivas acerca del proceso de aprendizaje, tomando la iniciativa con nativos que visiten la ciudad.

Fuente: Elaboración propia basada en (Rodríguez y García, 2002).

#### **4.2.4.1.3. Actividades recomendadas según las estrategias metacognitivas del aprendizaje.**

Las estrategias metacognitivas hacen referencia en cuanto al control, organización, planeación y evaluación de una tarea específica.

Tabla 18.

*Recomendaciones para mejorar el aprendizaje del idioma inglés según las estrategias metacognitivas.*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
Planning	Esta actividad hace referencia a la organización de su tiempo que el estudiante debe tener para con el proceso del aprendizaje, con las condiciones adecuadas para estudiar y repasar los conocimientos aprendidos.
Monitoring	El estudiante lleva cuenta de su proceso de aprendizaje teniendo en cuenta las dificultades que se le presentan, preguntas, dudas y sugerencias para el tutor en clase.
Self-evaluation	La auto evaluación permite verificar el proceso de aprendizaje, revisando los objetivos propuestos y logros alcanzados.

Fuente: Elaboración propia basada en (Rodríguez y García, 2002).

Se espera que, con estas recomendaciones basadas en las estrategias del aprendizaje, los estudiantes logren mejorar su nivel de inglés en sus cuatro componentes: Listening, Speaking, Writing y Reading. El proceso de aprendizaje de un idioma no puede basarse simplemente en los que se vea durante las clases o las lecciones, debe reforzarse en cada y de manera individual acorde a las metas de aprendizaje que tenga cada persona. El avance con este tipo de actividades, se mide de forma autoevaluativa.

### **4.3 OBJETIVO ESPECÍFICO 3.**

*Implementar el programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.*

Se lleva a cabo la implementación del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe, a través de 16 sesiones de 1 hora y 30 minutos, por un periodo de 3 horas semanales durante 8 semanas descritas en el punto anterior sobre los *CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE IPIALES-NARIÑO*. Estas se desarrollan teniendo en cuenta las estrategias del aprendizaje descritas anteriormente; cognitivas, afectivas y sociales y metacognitivas.

Para analizar el avance y mejora del nivel de inglés de los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes después de aplicado el programa, se procede a realizar la evaluación final por medio de otra serie de exámenes para medir cada una de las habilidades del lenguaje en inglés.

Para medir el desempeño de los estudiantes, se los evalúa según la escala propuesta previamente en los test iniciales. Se describe de nuevo a continuación.

Tabla 18.

*Escala de resultados para aplicar a los test aplicados en las cuatro habilidades del lenguaje para el personal de las agencias de viajes.*

ESCALA DE RESULTADOS				
PORCENTAJE TOTAL PRUEBA			100%	
Muy débil	Débil	Medio	Fuerte	Muy fuerte
0-20%	20%-40%	40-60%	60-80%	80-100%

Fuente: Elaboración propia. Estos porcentajes corresponden a la escala propuesta al inicio de la propuesta del Programa de Capacitación para medir el desempeño de los participantes.

### **4.3.1 Aplicación de test finales de inglés.**

#### **4.3.1.1 Test final Reading.**

Se le hace entrega a cada estudiante la siguiente lectura, en donde se identifica la información un reporte de vacaciones. Se pide que lea con atención y que escoja la opción más acertada. Lea con atención la siguiente lectura, y seleccione verdadero(T) o falso (F).

Tabla 20.

*Lectura “Holiday Report” para test de evaluación Reading.*

Holiday Report
1. I went to Rome last August with my girlfriend. We flew to Rome with British Airways.
2. We stayed for a week in a small hotel near the Colosseum. The hotel was nice and quite cheap.
3. During the day we walked around the city. We saw all the famous places like the Colosseum and st.Peter’s, and we threw a coin in the Trevi Fountain. We took a lot of photos. At night we went to restaurant and had fantastic pasta and red wine. Our favorite restaurant was in the Piazza Navona. We bought a painting of Trastevere (the old town) and my girlfriend bought some very expensive shoes.
4. We had a great time. Rome is full of history and has a special atmosphere, and Italian food is wonderful. We only had two problems: it was very hot, and it was very difficult to cross the road.

Fuente: (Oxeden, Latham, y Seligson, 2004).

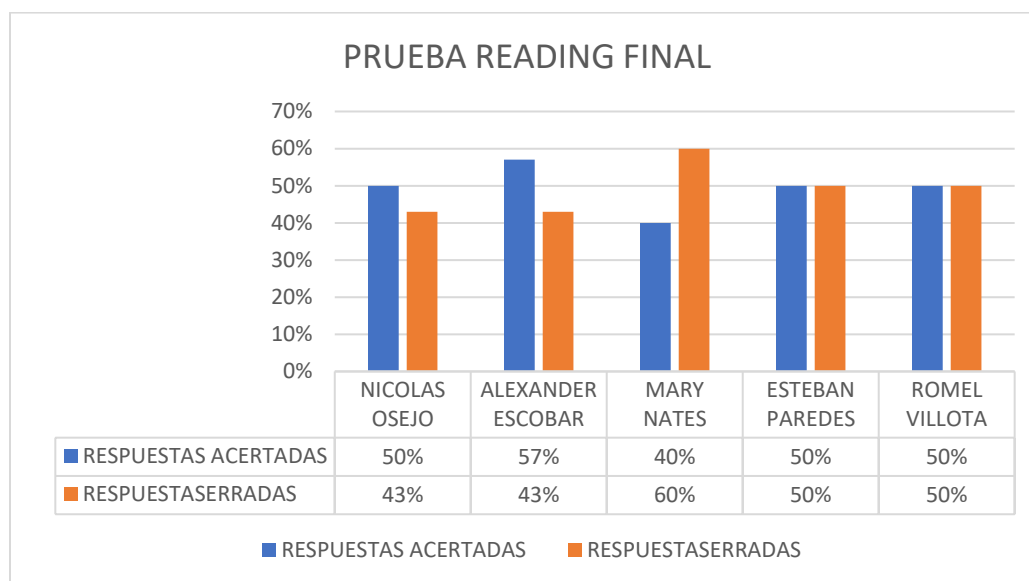
Este test se aplicó a los cinco empleados de las cuatro agencias participantes con el siguiente formato de respuestas de selección múltiple. Ver Anexo J, este test lo desarrollaron por un tiempo aproximado de 5 minutos cada uno.

Estos son los resultados generales de la prueba de Reading:



Figura 9.

*Resultados de evaluación prueba de Reading final para el personal de las agencias participantes.*



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis general:**

El estudiante Alexander Escobar se destaca con un 57% de respuestas acertadas. Los estudiantes Nicolás Osejo, Esteban Paredes y Romel Villota con un porcentaje de 50%. Los estudiantes identifican palabras claves asociadas a su vida y su trabajo. reconocen la idea general del texto mediante asociación de palabras y estructuras básicas gramaticales.

#### 4.3.1.2 Test final Listening.

Para este test se toma un texto sencillo en audio titulado: “Talking about favourite time”. El cual contiene un total de 103 palabras el estudiante deberá identificar el mayor número de palabras que entienda por medio de un escrito. Se evaluará entonces por medio de la escala de resultados pertinente.

Tabla 21.

*Texto en audio para prueba de evaluación listening final.*

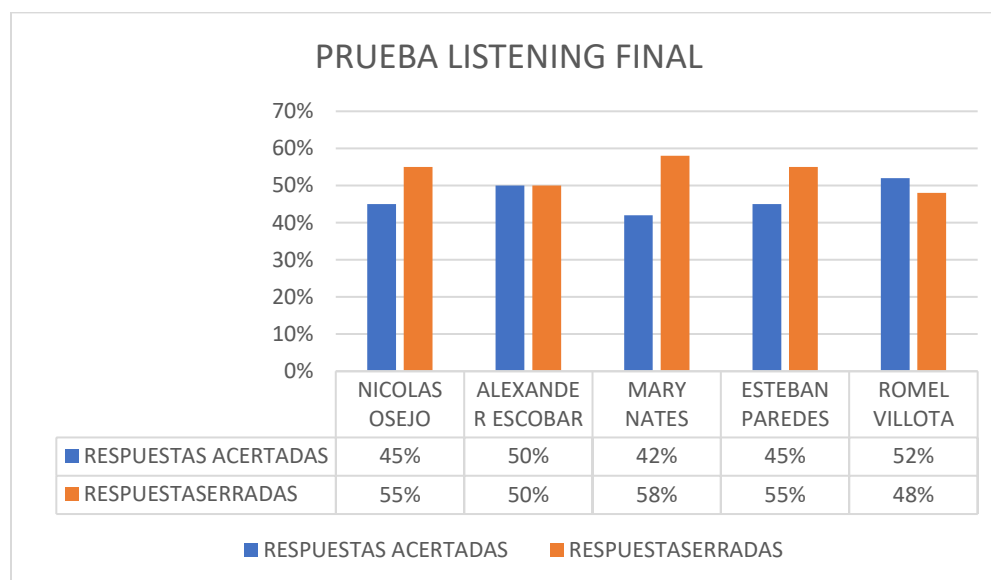
<b>Talking about favourite time</b>
Cristina
My favourite time of day is 10 o'clock at night, because it's when I finish training and I can start to relax and enjoy the evening. My favourite day of the week is Thursday, because I don't work on Friday, so for me the weekend begins on Thursday night. My favourite month is July, because it's the month when I have my holiday. My favourite season is the spring. One of my hobbies is gardening and my garden is really beautiful in the spring. My favourite public holiday is Christmas. My family live far away and it's the only time when I can see them.

Fuente: (Oxeden,, Latham, y Seligson, 2004).

El desarrollo de la prueba tomó 3 minutos, en los cuales se realizó la repetición del audio por segunda vez. Cada estudiante demoró 3 minutos más ordenando las palabras escritas y consolidándose los siguientes resultados que se muestran de forma general así:

Figura 10.

*Resultados evaluación de prueba de Listening final para las agencias de viajes participantes.*



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis general:**

En general los estudiantes reconocen palabras básicas y familiares, relacionándolas con su vida y el espacio que los rodea. Se destacan los estudiantes Romel Villota con un 52%, Alexander Escobar con un porcentaje de 50%. Es necesario escuchar a una velocidad un poco lenta para identificar mejor las palabras y expresiones en el audio. Asocian palabras y dan una idea general del texto.

#### **4.3.1.3 Test final Speaking.**

Para esta prueba se le pide al estudiante que se presente así mismo en inglés, utilizando entonces las formas básicas de la estructura gramatical aprendida como lo es el verbo to-be (ser o estar) y el tiempo simple. Este test se desarrolló en un tiempo aproximado de 10 minutos, la prueba es de elaboración propia y se consolidan los resultados en la siguiente escala que contiene un componente diferente de evaluación, cada uno de ellos

tiene un valor de 20% siendo el máximo puntaje, esta escala contiene 5 componentes que en su total dan el 100% y comprende los siguientes criterios a evaluar como son:

- **Pronunciación (pronunciation):** refiere a la manera en que una palabra o idioma es hablada; El modo en que alguien pronuncia una palabra. (Wikipedia, 2017).
- **Fluidez (fluency):** es la capacidad de un discurso de expresarse correctamente con cierta facilidad y espontaneidad, tanto en su idioma materno como en una segunda lengua; esto permite que el hablante se desenvuelva de una manera correcta. (Wikipedia, 2017).
- **Comprensión (comprehension):** refiere a entender, justificar o contener algo. La comprensión, por lo tanto, es la aptitud o astucia para alcanzar un entendimiento de las cosas. (Pérez, 2008).
- **Gramática (grammar):** es el estudio de las reglas y principios que gobiernan el uso de las lenguas y la organización de las palabras dentro de unas oraciones y otro tipo de constituyentes sintácticos. También se denomina así al conjunto de reglas y principios que gobiernan el uso de una lengua concreta determinada; así, cada lengua tiene su propia gramática. (Wikipedia, 2017).
- **Vocabulario (vocabulary):** El vocabulario es el conjunto de palabras que forman parte de un idioma o lenguaje específico, conocidas por una persona u otra entidad (como un diccionario).

El vocabulario de una persona puede ser definido como el conjunto de palabras que son comprendidas por esa persona, o como el conjunto de palabras probablemente utilizadas por ésta. La riqueza del vocabulario de una persona es

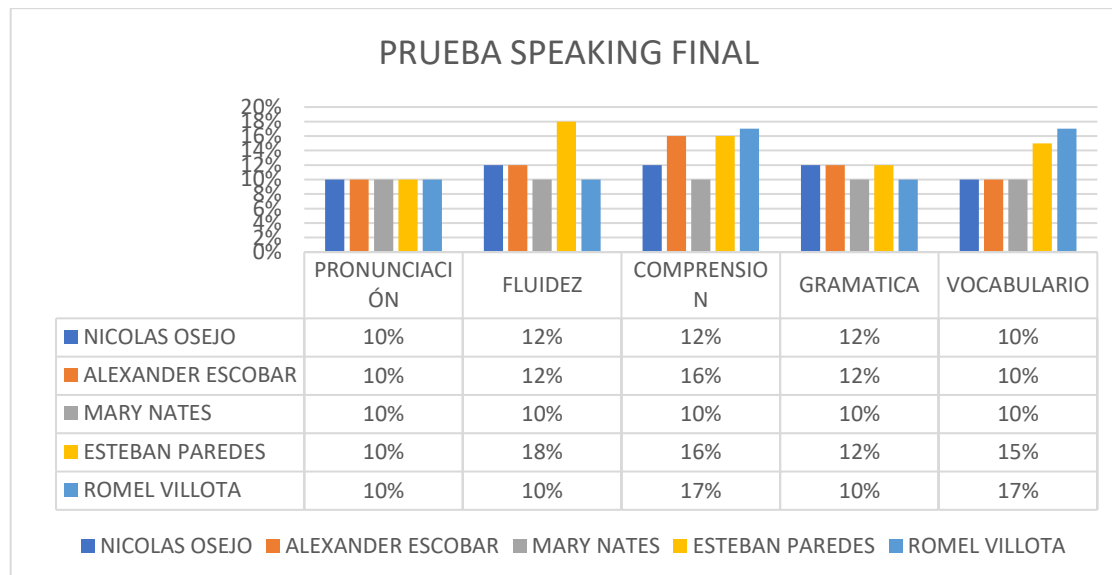
considerada popularmente como reflejo de la inteligencia o nivel de educación de ésta.

El incremento del propio vocabulario es una parte importante tanto en el aprendizaje de idiomas, como en la mejora de las propias habilidades en idioma en el cual la persona ya es adepta. (Wikipedia, 2017).

Estos son los resultados de la prueba:

Figura 11.

*Resultados de evaluación prueba de Speaking final para el personal de las agencias participantes.*



Fuente: Elaboración propia.

### **Análisis general**

Es evidente el incremento del porcentaje de evaluación en cada uno de los estudiantes, cada uno de ellos realizó su presentación utilizando el vocabulario básico aprendido en las clases, teniendo buen uso de las formas básicas gramaticales propias para este nivel como son el verbo to-be (ser o estar) y el tiempo presente simple utilizado en la vida diaria. En cada uno de ellos se notó más fluidez, dejaron el temor a un lado y con más confianza que al inicio del proceso realizaron su presentación personal.

#### 4.3.1.4 Test final Writing.

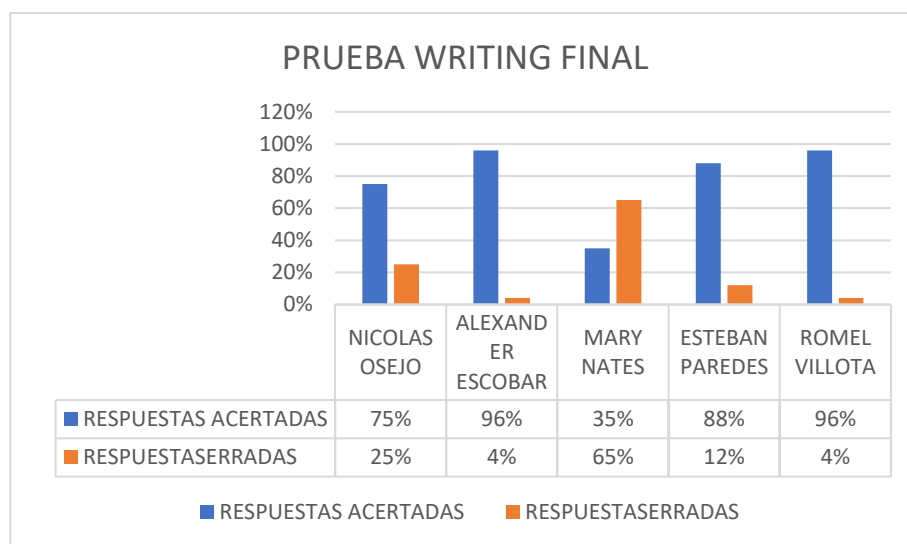
Para esta prueba se tomó los contenidos gramaticales del nivel básico A1, del libro “New English File Elementary Student’s Book”. Donde se elaboró ejercicios sencillos como ordenar las palabras para formar una oración, escoger la respuesta correcta y escoger respuesta única como un Si o como un No. A diferencia del anterior test inicial, este contiene los mismos contenidos gramaticales, pero de una manera distinta como cambio de palabras y expresiones, con el fin de reforzar en cada uno de ellos la gramática vista en este nivel. Ver anexos 11.

Esta prueba se desarrolló en un tiempo aproximado de 15 minutos cada estudiante. La prueba es de elaboración propia y se consolida en el siguiente formato:

A continuación, los resultados generales de la prueba:

Figura 12.

*Resultados de evaluación prueba de Writing final para el personal de las agencias de viajes participantes.*



Fuente: Elaboración propia.

### Análisis general:

Alexander Escobar y Romel Villota se destacan con un puntaje de respuestas acertadas del 96%, seguido de Esteban Paredes con un 88% y Nicolás Osejo con un 72%, la estudiante Mary Nates sigue manifestando inseguridad y timidez con un 35%.

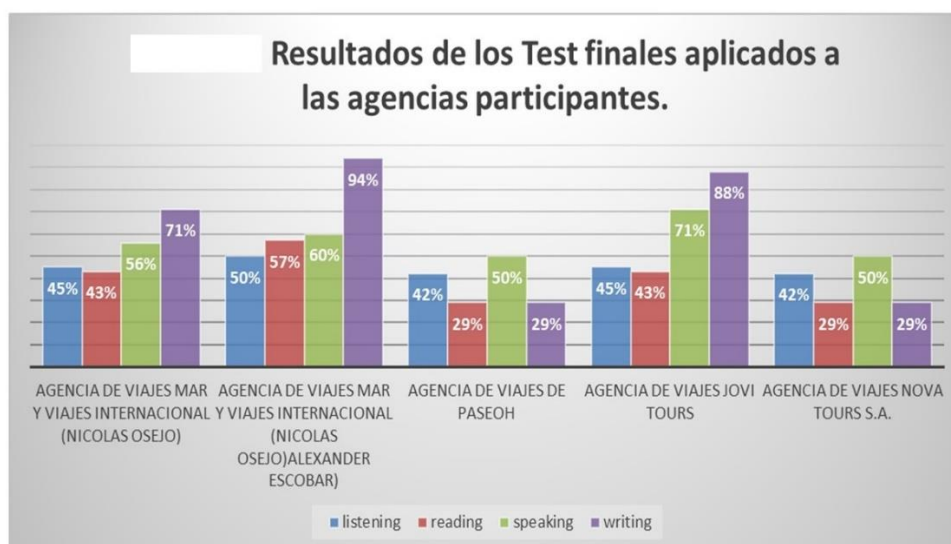
Se evidencia un incremento significativo en los resultados de esta prueba, los estudiantes se familiarizaron con la gramática presentada y los ejercicios, esta fue una gramática presentada y estudiada en las sesiones, los estudiantes identificaron su uso y pudieron aplicarla en este test. Son capaces de escribir textos básicos con la estructura gramatical apropiada.

Estos son los resultados finales generales de los test que se realizaron para la evaluación del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe.

#### 4.3.2 Análisis de resultados.

Figura 13.

*Resultados de los test finales aplicados al personal de las agencias participantes.*



Fuente: Elaboración propia.

Es notable el cambio en los resultados finales después de aplicar el Programa de Capacitación. El proceso fue corto, pero la actitud y la disposición de los participantes fue muy importante. En los resultados se logra ver un aumento de casi el 20% en cada una de las habilidades del lenguaje de cada estudiante.

Todas las habilidades mejoraron, pero de estas la escucha fue la que obtuvo menos puntaje. Se mejoró la parte de la escritura en la mayoría de los estudiantes. Al final del proceso la parte de gramática obtuvo muy buenos resultados en los test finales, mostrando que era más fácil la creación de oraciones sencillas de la vida diaria.

Los estudiantes iniciaron con conocimientos muy básicos, en algunos casos casi nulos. Donde la timidez y la falta de interacción con el idioma fueron el principal motivo para no aprender. La falta de tiempo y los compromisos sociales interrumpieron el proceso en algunos casos, pero la necesidad de actualizarse y mejorar su nivel fue satisfactoria. Se puede concluir que los estudiantes hoy poseen nivel A1, de acuerdo con las competencias del Marco Común Europeo del cual se basó este Programa de Capacitación Bilingüe, y están listos para continuar su proceso con el nivel A2.



## 5. CONCLUSIONES.

Para exponer las siguientes conclusiones, se hace un contraste entre los objetivos planteados en el anteproyecto frente a los resultados obtenidos en el desarrollo de la pasantía:

### **Objetivo general:**

Diseñar un programa piloto de capacitación bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.

### **Resultado:**

Se realizó el diseño del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño en su totalidad.

### **OBJETIVO ESPECÍFICO 1.**

Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en bilingüismo, dirigido al personal de agencias de viajes

### **Resultado:**

Se realizó un diagnóstico que permitió conocer la importancia de realizar una capacitación en bilingüismo, dirigido al personal de las agencias de viajes participantes, estas son: Nova Tours S.A.S, Mar y Viajes Internacional, De Paseoh y Jovi Tours. Este diagnóstico se caracteriza porque en él se consignan aspectos del personal de atención al cliente como información personal, académica y desempeño en el idioma inglés. Además, aspectos relacionados con la calidad del servicio que poseen en atención al cliente. Todos estos ítems se determinaron mediante instrumentos de recolección de datos como encuestas, formatos de evaluación y entrevistas logrando recopilar información valiosa para finalizar con un análisis de la información anterior y la situación real de la empresa en cuanto a atención al cliente y el nivel de inglés de cada uno de los empleados que participaron del Programa Piloto de Capacitación bilingüe. Concluyendo los siguientes resultados, primero por agencia y luego por persona:

**Nova Tours S.A.S:** Se caracteriza por la buena atención al cliente mostrando empatía, seguridad y confianza. El personal de atención al cliente posee conocimientos académicos relacionados de administración y de manera empírica con la guianza del turismo en el departamento de Nariño. Su formación en inglés es básica, pero los resultados en cuanto a los test aplicados son buenos, demostrando buena recepción en cuanto a la lectura y la escucha de este idioma.

**Mar y Viajes Internacional:** Se caracteriza por su amabilidad y buena actitud frente a las necesidades del cliente. El personal de atención al cliente posee conocimientos empíricos con respecto al turismo destacándose por su experiencia en el manejo de grupos y turismo hacia el país fronterizo de Ecuador. Su formación en inglés es básica, sus resultados en cuanto a los test aplicados en el idioma son muy básicos, pero demuestran buena recepción en cuanto la escucha de este idioma.

**De Paseoh:** Se caracteriza por la buena atención al cliente. El personal de atención al cliente posee conocimientos empíricos en cuanto a la venta de paquetes turísticos, destacándose por sus buenas relaciones comerciales. Su formación en inglés es muy básica, refiriéndose a solo los conocimientos en primaria, sus resultados en cuanto a los test aplicados en el idioma son básicos, demostrando interés por aprender y mejorar en este aspecto profesional.

**Jovi Tours:** Se caracteriza por su amabilidad y demuestra seguridad en su desempeño laboral. Su formación en inglés es básica, demostrando buena recepción en cuanto a la lectura y la escucha de este idioma.

Todos los resultados que arrojaron las evaluaciones, encuestas en cuanto al servicio al cliente y test de evaluación en las habilidades del lenguaje con respecto al idioma inglés, en los componentes de escucha, lectura, escritura y comunicación verbal, permiten la identificación de estrategias del aprendizaje para el diseño del Programa de Capacitación Bilingüe.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO 2.**

Diseñar el programa piloto de capacitación bilingüe a partir de los resultados, recomendaciones y conclusiones del diagnóstico realizado.

### **Resultado:**

Con los resultados arrojados en el objetivo específico número 1, se diseñó el Programa Piloto de Capacitación Bilingüe, donde prevalece el mejoramiento de las capacidades lingüísticas demostradas por los, en los test iniciales de evaluación del conocimiento.

El Programa Piloto de Capacitación Bilingüe desarrollado está dirigido al personal de trabajo de atención al cliente de las agencias de viajes participantes (Mar y viajes Internacional, de Paseoh, Jovi Tours y Nova Tours S.A.S) de la ciudad de Ipiales. Se caracteriza porque su contenido educativo es exclusivo en turismo, específicamente en atención al cliente.

Este programa de capacitación bilingüe se desarrolla en las cuatro habilidades del lenguaje como son el habla, la escucha, la escritura y la lectura en el idioma inglés. Su contenido es integral para que el estudiante desarrolle todas sus aptitudes y talentos lingüísticos.

El contenido lingüístico del programa de capacitación bilingüe es de fácil desarrollo y evaluación, por medio de unos test y ejercicios sencillos que ubican al estudiante en su entorno familiar y laboral.

Ya que este programa piloto de capacitación bilingüe dirigido al personal de atención al cliente de las agencias participantes, maneja un contenido específico el estudiante puede pasar de un nivel A1 a un nivel A2, mediante una prueba específica de elaboración propia. No puede ser mediante pruebas internacionales como el TOEFL, APTIS, IETLS ya que estos exámenes evalúan otras competencias que no pertenecen a este programa de capacitación con un inglés específico.

Otros cursos de inglés pueden ayudar al estudiante a reforzar los conocimientos aprendidos, pero estos serán de una manera general. El Programa de Capacitación Bilingüe tiene contenidos en turismo exclusivos donde mejora su interacción con el turista extranjero.

### **OBJETIVO ESPECIFICO 3.**

Implementar el Programa Piloto de Capacitación Bilingüe enfocado en atención al cliente dirigido al personal de agencias de viajes en la ciudad de Ipiales-Nariño.

#### **Resultado:**

Con la implementación del Programa Piloto de Capacitación Bilingüe se pudo observar una mejora en el nivel de inglés por parte de los cinco empleados de las cuatro agencias de viajes participantes y por lo tanto se espera que estos conocimientos adquiridos también les permita brindar un servicio mejor hacia el turista extranjero.

Se deben mejorar las políticas de cada empresa con respecto a la gestión del conocimiento en el idioma inglés, teniendo en cuenta la modernización del turismo a nivel regional y nacional, para que el personal de atención al cliente sea competitivo y completo en todos los sentidos.

Lo más difícil del proyecto fue contar con la disposición de tiempo y compromiso de los gerentes y administradores de las agencias de viajes, quienes no tenían una política de gestión de conocimiento en su empresa y opinaban que era más importante enfocarse en otras actividades de tipo comercial para sus empleados.

Queda como enseñanza la importancia de la actualización del conocimiento para el personal que labora en las agencias de viajes, ya que se percibió la importancia del idioma inglés en el mundo de los negocios y en este caso particular, el turismo, como herramienta de competitividad fundamental.

El Programa de Capacitación Bilingüe creado se puede replicar para todos los niveles de inglés de acuerdo con el Marco Común Europeo, se puede aplicar en todos los operadores del sector turismo.

## 6. RECOMENDACIONES.

La ciudad de Ipiales, en el departamento de Nariño posee un potencial turístico de carácter religioso. Es visitado anualmente por turistas nacionales e internacionales y es considerado punto importante del turismo hacia el país del Ecuador por situarse en la frontera, donde se caracteriza por el intercambio comercial entre los dos países.

Las agencias de viajes de la ciudad actúan como instrumentos mediáticos para proyectar el turismo a nivel local, nacional e internacional.

Es pertinente que las mismas agencias se concienticen del gran papel que cumplen en el turismo de la ciudad y se conviertan en actores activos del turismo, y entender que sin la sinergia y el trabajo en equipo no lo lograrán. Según conversaciones con algunos encargados de Agencias de Viajes como la Agencia de Viajes Mar y Viajes Internacional, Las Agencias de Viajes quisieron conformar una Asociación de Agencias de Viajes en la ciudad, pero por diferencias en criterios y no se pudo concretar nada.

Así mismo los encargados y administrativos de estos operadores turísticos, deben abrir su mente a la transformación turística actual, que implica cambios como la gestión del conocimiento en su personal de trabajo.

Con todo esto el panorama local no es muy alentador. Es una ciudad que no le apuesta al turismo de manera profesional, hace muchos años que los principales participantes del turismo en la ciudad en esta dinámica lo hacen de manera independiente y egoísta.

Es necesario la ciudad mejore en los siguientes aspectos con fin de proyectar a la ciudad como un punto importante en el turismo:

- Creación de una entidad que apoye el turismo para hacer sinergia entre los entes gubernamentales con los actores del turismo de la ciudad.
- Propuestas de gestión del conocimiento para el personal que labora en el turismo de la ciudad, donde se incluya el inglés de negocios para proyectar a la ciudad a nivel internacional.

- Elaboración de propuestas pedagógicas para educar al sector turismo de la ciudad, a propios y turistas, enfocadas en cultura para el turismo
- Capacitación de parte de la Cámara de Comercio para las agencias de viajes en asociación con ANATO (Asociación de Agencias de Viaje) de la ciudad enfocadas en gestión del conocimiento para su personal de trabajo.
- Capacitación académica y profesional para los encargados de las agencias de viajes en la ciudad, con el fin de que actualicen su formación profesional y estén a la vanguardia de las dinámicas del turismo.
- Elaborar un presupuesto para el Programa Piloto de Capacitación Bilingüe, con el fin de estructurarlo con más contenido y sugerirlo a implementar en otras agencias de viajes de la ciudad de Ipiales.

## 7. BIBLIOGRAFÍA.

Aiteco. (2017). El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. Recuperado de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Alfonso Yanelys. (2014, junio 5). Teoría de la evaluación del servicio al cliente. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente/>

Alfonso, Y. (2014, junio 5). Teoría de la evaluación del servicio al cliente. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-evaluacion-del-servicio-al-cliente/>

Archanco, R (25 de septiembre de 2011) Qué es gestión del conocimiento. Papeles de inteligencia. Recuperado de <http://papelesdeinteligencia.com/que-es-gestion-del-conocimiento/>

Balmori, G., Flores, J. (2014). MECSI: Modelo para evaluar la calidad del servicio interno (MECSI: Evaluation model for internal service quality). Universidad de Monterrey, San Pedro Garza García, Monterrey, N.L.

Barrios, L (2005) Unidad didáctica: estadística. Distribuciones unidimensionales. Definición; conceptos básicos. Recuperado de: [http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales\\_didacticos/unidimensional\\_lbarrios/definicion\\_est.htm](http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/unidimensional_lbarrios/definicion_est.htm)

Briceño de Gómez, M. y García de Berrios, O. (2008). Visión Gerencial. La servucción y la calidad en la fabricación del servicio. Recuperado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25181/2/articulo2.pdf>

Cambridge English. (2016). Explicación de los estándares lingüísticos internacionales. Acerca del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER). Recuperado de: <http://www.cambridgeenglish.org/es/exams-and-tests/cefr/>

Centty, D. (2006). *MANUAL METODOLOGICO PARA EL INVESTIGADOR CIENTIFICO*. Arequipa: NUEVO MUNDO Investigadores & Consultores. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>

Colombia Turismo Web. (17 de noviembre de 2017). Ipiales. Recuperado de: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/NARINO/MUNICIPIOS/IPIALES/IPIALES.htm>

Comprensión. (20 mayo 2017). Recuperado en: <http://definicion.de/compresion/>

Definicionabc. (octubre 2016). Definición de Implementar. Recuperado de: <http://www.definicionabc.com/general/implementar.php>

Díaz, J (4 mayo 2013) ¿Qué es un diagnóstico empresarial? Emprendices. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/que-es-un-diagnostico-empresarial/>

Dimensiones de evaluación modelo SERVQUAL. (15 mayo 2017). Recuperado en: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Ecured. (20 de noviembre de 2017). Habilidades para la comunicación. Recuperado en: [https://www.ecured.cu/Habilidades\\_para\\_la\\_comunicaci%C3%B3n](https://www.ecured.cu/Habilidades_para_la_comunicaci%C3%B3n)

English Club (2016). What is Business English? Recuperado de: <https://www.englishclub.com/business-english/what.htm>

Escalas de evaluación educativa. (2 junio 2017). Recuperado en: <https://sites.google.com/site/educandoamanda/evaluacion/pensamientos-y-desarrollo-del-proceso-evaluativo/lasescalasdecalificacion>.

Estadística. (Octubre 2016). Recuperado en: [http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales\\_didacticos/unidimensional\\_ibarrios/definicion\\_est.htm](http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/unidimensional_ibarrios/definicion_est.htm)

Estrategias de aprendizaje. (2 junio 2017). Recuperado en: [http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/ee24144b6d15af8baf29d5705b8ad4d0/176/estilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbnxpbmVhLnVkZWVhZWR1LmNvL2VzdGl3b3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/estrategias\\_didacticas.html](http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/ee24144b6d15af8baf29d5705b8ad4d0/176/estilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbnxpbmVhLnVkZWVhZWR1LmNvL2VzdGl3b3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/estrategias_didacticas.html)



Fernández, B. Maldonado, I. Zambrano, X. (2016). Modelo EVALPROC para la medición de la calidad del servicio. Caso hotelero. Revista científica Dominio de las ciencias. Vol. 2, núm. 1.

Ferrer. J (2010). Tipos de investigación y diseño de investigación. Metodología02. Recuperado de: <http://metodologia02.blogspot.com.br/p/operacionalizacion-de-variables.html>

García, J (2017). Entrenamiento en estrategias de aprendizaje de inglés como lengua extranjera en un contexto de aprendizaje combinado. Revista Nebrija. Recuperado de: <http://www.nebrija.com/revista-linguistica/entrenamiento-en-estrategias-de-aprendizaje-de-ingles-como-lengua-extranjera-en-un-contexto-de-aprendizaje-combinado>

La Escala Estimativa: Instrumento de evaluación escolar (2017). Webscolar. Recuperado de: <http://www.webscolar.com/la-escala-estimativa-instrumento-de-evaluacion-escolar>

Learn Practical Spanish Online. (2017). Learn Spanish Free Online. Recuperado de: <http://www.learnpracticalspanishonline.com/>

Logismic. (2017). ¿Qué es una agencia de viajes? Recuperado de: <http://www.logismic.mx/%C2%BFque-es-una-agencia-de-viajes/>

Marco Común Europeo de Referencia Para Las Lenguas. (junio del 2002). Common European Framework for Languages: Learning, Teaching, Assessment. Recuperado de: [https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/marco/cvc\\_mer.pdf](https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf)

Mincetur. (septiembre del 2011). Turismo, guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos. Primera edición. Recuperado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos\\_inversion\\_publica/instrumentos\\_metodologicos/Guia\\_Turismo\\_capitulo1.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf)

Mincit. (2017). Normas técnicas sectoriales Recuperado de <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=5503>

Mincomercio industria y turismo. (2013). Normas técnicas sectoriales. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5503/nts\\_-\\_agencias\\_de\\_viajes\\_1](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5503/nts_-_agencias_de_viajes_1)

Mincomercio Industria y Turismo. (4 de julio del 2011). Prestadores de servicios turísticos, certificados en calidad turística. Recuperado de: [http://www.mincit.gov.co/publicaciones/15612/prestadores\\_de\\_servicios\\_turisticos\\_certificados\\_en\\_calidad\\_turistica](http://www.mincit.gov.co/publicaciones/15612/prestadores_de_servicios_turisticos_certificados_en_calidad_turistica)

Munarriz, B. (1992). Técnicas y métodos en Investigación cualitativa. Universidade da Coruña.

Operador turístico. (Noviembre 2016). Recuperado de: <https://www.veredgo.es/dynamic/articles/article/Qu%C3%A9+hace++un+Operador+de+Turismo/index.htm>

Ospina, P. (2017). Claves para la formulación de objetivos. Aprende en línea. Recuperado de: [http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/ee24144b6d15af8baf29d5705b8ad4d0/176/estilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbmVhLnVkZWVhZWR1LmNvL2VzdGlzb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/estrategias\\_didacticas.html](http://aprendeonline.udea.edu.co/boa/contenidos.php/ee24144b6d15af8baf29d5705b8ad4d0/176/estilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbmVhLnVkZWVhZWR1LmNvL2VzdGlzb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/estrategias_didacticas.html)

Oxeden, C., Latham, c y Seligson, P. (2004). Libro New English File Elementary Student's Book. Oxford University Press.

Pérez Porto, J y Gardey, A (2015). Definicion.de: Definición de administración de personal. Recuperado de <https://definicion.de/administracion-de-personal/>

Pérez, J y Gardey, A. (2008). Definicion.de: Definición de comprensión. Recuperado de: <https://definicion.de/comension/>

Pérez, J. (2008) Definición de Modelo educativo. DEFINICIÓN. DE. Recuperado de: <http://definicion.de/administracion-de-personal/>

Proyectos ANATO. (2017). Proyectos ANATO. Recuperado de: <http://www.anato.org/es/noticias>

Quesada, P y Paz, M (1994). La incidencia de las estrategias de aprendizaje en el diseño del *curriculum*. Universidad de Granada. Madrid.

Quintero, Y. (19 de enero del 2016). Glosario. Universidad de los Andes. Recuperado de: <https://alexq91m.files.wordpress.com/2016/01/universidad-de-los-andes.pdf>

RODRÍGUEZ, M y GARCÍA-MERÁS, E. (2002). “Las estrategias de aprendizaje y sus particularidades en lenguas extranjeras,” Revista Iberoamericana de Educación.

Rodríguez, M. (7 de marzo del 2012). Introducción general a la metodología de la investigación. Metodología de la investigación. Recuperado de: <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2012/03/07/introduccion-general-a-la-metodologia-de-la-investigacion/>

Rodríguez, M., Garcia-Merás. (2002). Las estrategias de aprendizaje y sus particularidades en lenguas extranjeras. Revista Iberoamericana de educación. Universidad central “Marta Abreu” de las Villas, Cuba.

Segura, M (20 de abril del 2016) Las habilidades comunicativas ¿qué son? Recuperado de <http://konpalabra.konradlorenz.edu.co/2016/04/las-habilidades-comunicativas-qu%C3%A9-son.html>

Tapia, A. (6 de julio del 2012). Las escalas de calificación. Educandoamanda. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/educandoamanda/evaluacion/pensamientos-y-desarrollo-del-proceso-evaluativo/lasescalasdecalificacion>

Thibault, S. (5 de diciembre del 2016). Cómo aprender vocabulario de forma eficaz. Mosalingua. Recuperado de: <https://www.mosalingua.com/es/como-aprender-vocabulario/>

Ucha, F. (22 de octubre de 2012). Implementar. Definición ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/?s=Implementar>

Walker, R., Harding, K. (2006). English for careers, student's book. Tourism 1. Oxford University Press.

Wikipedia (17 nov 2017). Método comunicativo. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo\\_comunicativo](https://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_comunicativo)

Wikipedia (25 oct 2017) Pronunciación. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Pronunciaci%C3%B3n>

Wikipedia (8 oct 2017). Fluidez. Recuperado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Fluidez>

Wikipedia. (1 de agosto del 2017). Programa de capacitación. Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Programa\\_de\\_capacitaci%C3%B3n](https://es.wikipedia.org/wiki/Programa_de_capacitaci%C3%B3n)

Wikipedia. (29 de octubre del 2017) Gramática. Recuperado en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Gram%C3%A1tica>

Zagalaz, M., Molero, D., Cachón, J., Gutiérrez de Castro, J.(2012). Diseño de un cuestionario para medir la formación bilingüe del profesorado de Educación Física (FBPEF). Sportk: revista euroamericana de ciencias del deporte, ISSN 2254-4070, ISSN-e 2340-8812, Vol. 1, Nº. 1.

## 8. ANEXOS.

### Anexo A. Oficio de invitación para las agencias de viajes participantes.

Señores  
Agencia de Viajes MAR Y TOURS INTERNACIONAL  
La ciudad

**ASUNTO:** Invitación a participar en proyecto "PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE IPIALES-NARIÑO" Proyecto pasantía empresarial, programa pregrado Profesional en Turismo de la Universidad del Cauca.

Cordial saludo;

La presente es con el fin de solicitar su colaboración para poner en práctica mi proyecto de grado titulado: "PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE IPIALES-NARIÑO". El cual consta de las siguientes etapas:


- Realizar un diagnóstico de las necesidades de capacitación en bilingüismo, dirigido al personal, mediante encuestas, entrevistas y test de conocimientos.
- Capacitación en bilingüismo enfocado en servicio al cliente dirigido al personal.
- Evaluación final del proyecto mediante prácticas y diferentes test donde se evalué las habilidades del lenguaje (speaking, writing, Reading and listening).


Se pide al final del proceso una certificación de parte de los administrativos de la agencias participantes, donde conste que se llevó a cabo el proceso y los resultados percibidos.

La universidad del Cauca y el programa de turismo, agradece su participación y colaboración.

Muchas gracias.

Atentamente

  
LILIAN MARCELA FIERRO PAZOS  
CEL.3217177253  
e-mail: [lilianfierro88@gmail.com](mailto:lilianfierro88@gmail.com)

  
37-004 984

### Anexo B. Formato de asistencia reunión informativa programa piloto bilingüe.

ASISTENCIA REUNIÓN INFORMATIVA PROGRAMA PILOTO DE CAPACITACIÓN BILINGÜE ENFOCADO EN ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO AL PERSONAL DE AGENCIAS DE VIAJES EN LA CIUDAD DE IPIALES-NARIÑO-UNIVERSIDAD DEL CAUCA		FECHA:	HORA:
		01/11/16	7pm
AGENCIA DE VIAJES	ENCARGADO	TELEFONO	FIRMA
Fantasí Viajes	Janeth Matnez	3207122311	Jell.
Integral tours	Johana Almeida	7730171	Johani Alg.
Travels	Enka Realpe	7752659	Enka Realpe
Javi Tours	Mary Nates	320203975	Manuel Nates
May y Viajes Int.	Manuel Bravo	7735375	Manuel Bravo
De posech	Esteban Paredes R.	31123457638	Esteban
Elisa Realpe	Elisa Realpe P.	3201345600	Elisa Realpe
Guzmán Viajes	Antonio Guzmán	7732944	Antonio Guzmán
NOVA TOURS S.A	CIELO GARRIDO	3125808081	Cielo G.

### Anexo C. Cuestionarios de información acerca de la formación profesional del personal de atención al cliente.

INFORMACIÓN PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE AGENCIAS PARTICIPANTES					
AGENCIA DE VIAJES			NUMERO DE EMPLEADOS		
INFORMACIÓN DE CONTACTO					
NOMBRE	EDAD	CARGO	NIVEL DE ESTUDIOS	OBSERVACIONES	PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA PILOTO CAPACITACIÓN BILINGÜE

**Anexo D. Ficha técnica cuestionarios de información acerca de la formación profesional del personal de atención al cliente.**

<b>Ficha Técnica</b>	
<b>Nombre de la encuesta</b>	Información de formación profesional del personal de atención al cliente de agencias de viajes participantes
<b>Realizada por</b>	Lilian Marcela Fierro Pazos
<b>Fecha de recolección de la información de campo</b>	11/11/16
<b>Marco muestral</b>	Agencias de viajes ubicadas en la zona comercial de la ciudad: Calle 6, con carreras 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16
<b>Agencias de viajes donde se realizó</b>	Mar y viajes internacional, de paseoh, jovi tours, y nova tours s.a.
<b>Tamaño de la muestra</b>	7 encuestas
<b>Técnica de recolección</b>	Entrevista personal domiciliaria
<b>Fecha del reporte</b>	11/11/16

Fuente: elaboración propia

**Anexo E. Formatos encuesta de evaluación servicio al cliente.**

<b>ENCUESTA DE EVALUACIÓN ATENCIÓN AL CLIENTE</b>		<b>AGENCIA DE VIAJES</b>			
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	Esta dimensión está relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación.				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
1.La agencia de viajes tiene equipos de apariencia moderna y en buen funcionamiento					
2. Los elementos de publicidad son llamativos					
3.El personal de atención al cliente tiene buena presentación personal.					
4. Las instalaciones físicas son adecuadas para brindar un buen servicio					
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>FIABILIDAD O PRESENTACION DEL SERVICIO</b>	La habilidad para ejecutar el servicio prometido de una forma fiable y cuidadosa.				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
5.Es notable que el personal de atención al cliente responde a la necesidad del cliente					
6.El personal de atención al cliente está capacitado en idiomas.					
7.El personal de atención al cliente se encuentra capacitado para responder a las necesidades del cliente					



<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<b>Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente.</b>				
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
8.El tiempo que se aguardó el cliente en ser atendido fue adecuado					
9.El personal de atención al cliente, demuestra tener facilidad en la expresión oral y comunicativa					
10.El personal de atención al cliente es asertivo y amable					
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>SEGURIDAD</b>	<b>Conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar confianza y credibilidad.</b>				
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
11.El comportamiento del personal de atención al cliente inspira confianza y seguridad					
<b>DIMENSIÓN A EVALUAR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>				
<b>EMPATÍA</b>	<b>Capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a los clientes</b>				
<b>ASPECTOS A EVALUAR</b>	<b>MALO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>BUENO</b>	<b>MUY BUENO</b>	<b>EXCELENTE</b>
12.El personal de atención al cliente se preocupa por los intereses de sus clientes					
13.La agencia de viajes ofrece horarios convenientes para todos los usuarios					
14.El personal de atención al cliente entiende las necesidades específicas del cliente					

**Anexo F. Ficha técnica encuesta de evaluación servicio al cliente.**

<b>Ficha Técnica</b>	
<b>Nombre de la encuesta</b>	Encuesta de Evaluación Servicio al cliente en las Agencias de viajes participantes programa piloto de capacitación.
<b>Realizada por</b>	Lilian Marcela Fierro Pazos
<b>Fecha de recolección de la información de campo</b>	25/11/16
<b>Marco muestral</b>	Agencias de viajes ubicadas en la zona comercial de la ciudad: Calle 6, con carreras 10, 11, 12, 13, 14, 15 y 16
<b>Agencias de viajes donde se realizó</b>	Mar y viajes internacional, de paseoh, jovi tours, y nova tours s.a.
<b>Tamaño de la muestra</b>	4 encuestas
<b>Técnica de recolección</b>	Entrevista personal domiciliaria
<b>Fecha del reporte</b>	25/11/16

**Anexo G. Ficha técnica cuestionarios de información acerca de conocimiento bilingüe al personal de atención al cliente**

<b>Ficha Técnica</b>	
<b>Nombre de la encuesta</b>	información acerca de conocimiento bilingüe al personal de atención al cliente
<b>Realizada por</b>	Lilian Marcela Fierro Pazos
<b>Fecha de recolección de la información de campo</b>	12/11/2016
<b>Marco Muestral</b>	Agencias de viajes ubicadas en la zona comercial de la ciudad: Calle 6, con carreras 10, 11, 12, 13, 14,15 y 16
<b>Agencias de Viajes donde se realizó</b>	Mar y viajes Internacional, de paseoh, jovi tours y nova tours
<b>Tamaño de la muestra</b>	7 encuestas
<b>Técnica de Recolección</b>	Entrevista personal domiciliaria
<b>Fecha del Reporte</b>	12/11/2016

**Anexo H. Formato de respuesta de selección múltiple Test Reading.**

PRUEBA DE READING				
LEA LA INFORMACION ACERCA DE LOS TRES HOTELES DESCRITOS EN LA LECTURA Y ESCOJA LA RESPUESTA		HOTEL		
OPCIONES		A	B	C
1.	You can go with children			
2.	There's a swimming pool			
3.	There isn't a restaurant			
4.	There aren't any double beds			
5.	You arrive by boat			
6.	You can't stay there in the winter			
7.	You can have a message there			
8.	You can have a meal in your room when you want			

## Anexo I. Formato de respuestas Test Writing.

PRUEBA DE WRITING						
Escoja la respuesta correcta			Respuestas escogidas por los seleccionados			
Preguntas	Opciones (Respuesta verdadera seleccionada en rojo)	Romel Villota (Nova tours s.a.)	Nicolas Osejo (Mar y viajes internacional)	Alexander Escobar (Mar y viajes internacional)	Esteban Paredes (jovi tours)	Mary Nates (De paseoh)
<b>1. Organize las palabras para hacer una pregunta o una oración.</b>						
a. She/British/ is/?	Is she British?			X		
	British she is ?				X	X
	She is British ?	X	X			
b. eating/Juan/ is	Juan is eating	X	X	X	X	
	Is Juan eating					
	eating is Juan					X
c.This/is/car/your?	This is your ? car					
	This your is car		X			X
	Is this your car?	X		X	X	
d.not/is/he/my/father	he not is my father					
	he is not my father	X	X	X	X	
	Is he not my father					X

<b>2. Complete las oraciones con el correcto adjetivo posesivo</b>						
a. She is my friend _____ name is Claire	our	X			X	X
	her			X		
	their		X			
b. This is _____ dog.	my	X	X	X	X	
	his					X
	her					
c. He is _____ teacher. We are in room 102	my		X			
	our	X		X	X	
	their					X

<b>3. Complete las oraciones con un verbo en presente simple</b>						
a. She _____ video games. She likes dolls	eats		X			
	listen					X
	plays	X		X	X	
b. I _____ English	run					X
	study		X	X	X	
	read	X				
c. Maria _____ to the beach every weekend.	listen		X			
	get				X	X
	goes	X		X		

<b>4.Complete las oraciones usando los miembros de la familia</b>						
a.Your brother's son is your	father		X			X
	cousin	X		X	X	
	nephew					
b.Your father's sister is your	uncle	X	X	X	X	
	aunt					
	brother					X
c.your husband's mother is your	son		X			X
	sister			X	X	
	father	X				

### Anexo J. Formato prueba de Evaluación Reading.

<b>PRUEBA DE EVALUACIÓN READING</b>			
<b>LEA LA INFORMACIÓN ACERCA DE LA LECTURA Y RESPONDA VERDADERO (T) O FALSO (F)</b>			
	<b>OPCIONES</b>	<b>TRUE</b>	<b>FALSE</b>
1	They went in Rome		
2	They went last January		
3	They got there by plane		
4	They stayed one month		
5	They bought a painting and shoes		
6	They had a boring time together		
7	The weather was very cold		

## Anexo K. Formato de respuestas Prueba Writing.

PRUEBA DE WRITING						
Escoja la respuesta correcta			Respuestas escogidas por los seleccionados			
Preguntas	Opciones (Respuesta verdadera seleccionada en rojo)	Romel Villota (Nova tours s.a.)	Nicolas Osejo (Mar y viajes internacional)	Alexander Escobar (Mar y viajes internacional)	Esteban Paredes (jovi tours)	Mary Nates (De paseoh)
<b>1. Organize las palabras para hacer una pregunta o una oración.</b>						
a. She/British/iss/?	Is she British?			X		
	British she is ?				X	X
	She is British ?	X	X			
b. an actor/juan/was	Juan was an actor	X	X	X	X	
	was Juan an actor					
	actor was juan an					X
c. That/is/car/your?	That is your ? car					
	That your is car		X			X
	Is that your car?	X		X	X	
d. not/is/he/my/father	he not is my father					
	he is not my father	X	X	X	X	X
	Is he not my father					

<b>2. Complete las oraciones con el correcto adjetivo posesivo</b>						
a. She is my friend _____ name is Claire	our					
	her	X		X	X	X
	their		X			
b. This is _____ dog .	my	X	X	X	X	X
	his					
	her					
c. He is _____ teacher. We are in room 102	my					
	our	X	X	X	X	
	their					X

<b>3. Complete las oraciones con un verbo en presente simple</b>						
a. She _____ video games. She likes dolls	eats		X			
	listen					
	plays	X		X	X	X
b. He _____ English	run					
	studies	X	X	X	X	X
	read					



c.Maria_____to the beach every weekend.	listen		X			
	get				X	X
	goes	X		X		
<b>4.Complete las oraciones usando los miembros de la familia</b>						
a.Your brother's son is your	father					X
	cousin					
	nephew	X	X	X	X	
b.Your father's sister is your	uncle	X				
	aunt		X	X	X	
	brother					X
c.your husband's	son					

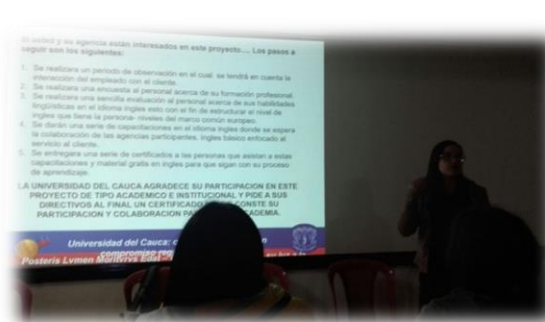
mother is your						
	sister					
	father	X	X	X	X	X

<b>5. Diga si es verdadera o falsa las siguientes oraciones</b>						
a. I like play piano	true					
	false	X	X	X	X	X
b. I love reading terror books	true	X	X	X	X	X
	false					
c. I didn't see you yesterday	true	X			X	
	false		X	X		X
d. Where did you went last summer?	true	X				
	false	X	X	X	X	X

## Anexo L. Registro fotográfico.



Fuente: Mora, H (2017).





Fuente: Archivo personal.