



IV Encuentro de Desarrollo Humano y Turismo Sostenible

TURISMO Y EMPLEO

UN FUTURO MEJOR PARA TODOS

La importancia del idioma como recurso turístico

Una mirada a la actualidad



Datos a considerar a nivel nacional

- El promedio de turistas que visita el país es de 2.3 millones por año de acuerdo a estimaciones del ICT, con un récord de 3 millones en el 2018.
- El 30% de los turistas que vienen a Costa Rica regresa.
- El turismo es el mayor generador de divisas del país. Por ejemplo, sólo en 2017 se percibieron casi \$4 mil millones a razón de la actividad turística.
- En el periodo entre el 2012-2018, más del 70% de los turistas que visitaron el país tenían como motivo vacaciones, recreo y ocio; a pesar de que el turismo lingüístico o idiomático está en auge.



A nivel nacional

- Gobierno declara la enseñanza del inglés como prioridad nacional porque la lengua inglesa es una herramienta para la apertura de oportunidades, empleo y reactivación económica.
- De acuerdo a CINDE (2018) el nivel mínimo de dominio lingüístico de un profesional en el área de turismo debe ser nivel B2+.
- Hablar un segundo idioma es una de las 10 habilidades más buscadas por las empresas que necesitan personal según CINDE.
- El conocimiento del inglés añade un valor económico, turístico y cultural al profesional.

Lo anterior significa que...

- El inglés es la lengua vehicular del mundo y resulta básica para la especialización y proyección en todos los sectores de la actividad económica, incluyendo, ineludiblemente, el turismo (Moraza, p. 36, 2014).
- Saber inglés es tanto una de mejora al aparato turístico nacional como una ventaja profesional para cualquier persona que trabaje en el sector turismo (Baralo, 2015).
- La comunicación eficaz con el turista es un camino directo a la satisfacción, y por lo tanto, a una mejor experiencia turística.



Reto de la UNED

- Lograr que la oferta laboral bilingüe en el área turística crezca al mismo ritmo de la demanda tanto de empresas establecidas como de aquellas que están explorando la posibilidad de establecerse.

Obstáculos

- Deslocalización de centros de decisión económica
- Distorsión idiomática por las TICs
- Dificultad al acceso para el aprendizaje y la práctica continua de la lengua inglesa
- Desinterés de autoridades y de profesionales por aprender y mejorar el dominio del inglés



A futuro...

- Realizar un análisis de las necesidades lingüísticas de los profesionales según los sectores de actividad turística (hotelería, intermediación turística, transporte, seguridad, y más) con el fin de identificar las distintas áreas de especialización del idioma.
- Propiciar la convergencia entre proveedores de servicios educativos, como la UNED, con las empresas turísticas para crear productos de valor idiomático añadido.
- Democratizar bienes de consumo culturales y experiencias educativas.

Camino al éxito

- Participar de oportunidades de actualización (conferencias, talleres y charlas) impartidas por expertos extranjeros.
- Consultar becas en el exterior por medio del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y la Movilidad Académica Estudiantil Internacional de la UNED
- Inscribirse en el Programa de fortalecimiento de inglés CONARE – UNED y completar la oferta de cursos
- Aprovechar el desarrollo de nuevas tecnologías de la información



Apps para aprender y mejorar la comprensión del inglés

- Duolingo
- Busuu
- Wlingua
- Babel
- British Council
- Ororo.tv

No dejarse engañar por promesas de aprendizaje fácil y en poco tiempo: la producción y comprensión de un segundo idioma requiere de práctica constante y estudio formal

Palabras finales

Saber inglés...

- es un motivo de diferenciación curricular para la obtención de puestos de trabajo.
- permite conjugar los ámbitos turístico, económico y cultural.
- amplía el espectro de oportunidades educativas y de capacitación.
- proyecta una imagen consolidada e igualada al éxito.

Muchas gracias por su asistencia y atención

Dudas y comentarios son bienvenidos

