

**ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA  
COMUNICATIVA DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE TURISMO DE LA  
UNIVERSIDAD DE LA HABANA, CUBA.**

***María del Loreto Nicolau González, MSc.***

Máster en Gestión Turística. Licenciada en Educación. Docente de la Facultad de Turismo  
de la Universidad de La Habana, Cuba.  
maría\_nicolau@eftur.uh.cu.

***Rómula Llanes Barbuzano, PhD.***

Doctora en Ciencias Filológicas de la Universidad de La Habana. Docente de la Facultad  
de Lenguas Extranjeras en la Universidad de La Habana, Cuba.

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Recibido: 13 de octubre de 2015.

Aceptado: 14 de marzo de 2016.

**RESUMEN**

La sensibilidad para entender y atender los reclamos del otro, característica fundacional del turismo, está enraizada en la comunicación, se fomenta en las complejas conexiones interculturales y se vincula muy estrechamente con los intereses y necesidades de los protagonistas de esa actividad: no solo los visitantes, sino también los trabajadores y miembros de las comunidades. Ahí radica el interés de la presente investigación, pues se propone una Estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. Para indagar sobre el estado actual de esta competencia, se emplearon métodos teóricos y empíricos. Los resultados evidenciaron que si bien el claustro de profesores está sensibilizado con el problema planteado y el plan de estudio favorece su desarrollo, la mayoría de los estudiantes tienen dificultades en el dominio funcional y estructural de los elementos discursivos y de manera general en el comportamiento comunicativo. El enfoque integral asumido en el diseño de la estrategia pedagógica permite abarcar nueve indicadores de las tres dimensiones consideradas tradicionalmente en el abordaje pedagógico de la competencia comunicativa.

Palabras clave: competencia comunicativa, estrategia pedagógica, turismo, conexiones interculturales.

### **ABSTRACT**

The sensibility to understand and pay attention to others is at the core of tourism and rooted in communication. This ability is fostered in complex intercultural connections and linked very closely to the interests and necessities of tourism's main players, not only visitors but also employees and community members alike. It is here where the interest of this research lies, as a teaching strategy for the development of the communicative competence of students of the Faculty of Tourism of the University of Havana is proposed. In order to inquire about the current state of this competence theoretical and empirical methods were employed. The results evidenced that even though the cloister of professors is sensitized with the stated issue and the syllabus stimulates its development, the majority of students have difficulties in the functional and structural mastering of discursive elements and with communicative behavior in general. The assumed integral approach in the design of the teaching strategy permits the inclusion of nine indicators of the three traditional dimensions considered in the teaching approach of the communicative competence.

Keywords: communicative competence, teaching strategy, tourism, intercultural connections.

### **INTRODUCCIÓN**

Por su propia naturaleza, la razón de ser del turismo está en la sensibilidad para entender y atender los reclamos del otro. En la interpretación de esos reclamos, se revelan e interiorizan significados y sentidos, pues los procesos interactivos que se suceden en esas condiciones están enraizados en la comunicación y fomentan conexiones culturales con los intereses y necesidades no solo del visitante, sino de los propios trabajadores del turismo y de la comunidad. Desde esta perspectiva, resulta necesario desarrollar habilidades comunicativas en los especialistas que laboran en el sector del turismo, de manera tal que satisfagan las necesidades de su profesión en correspondencia con las prioridades del desarrollo social, económico y político, tomando en consideración las nuevas perspectivas del turismo aportadas por Organización Mundial del Turismo, donde se precisa la necesidad de la formación de trabajadores y visitantes para la consagración

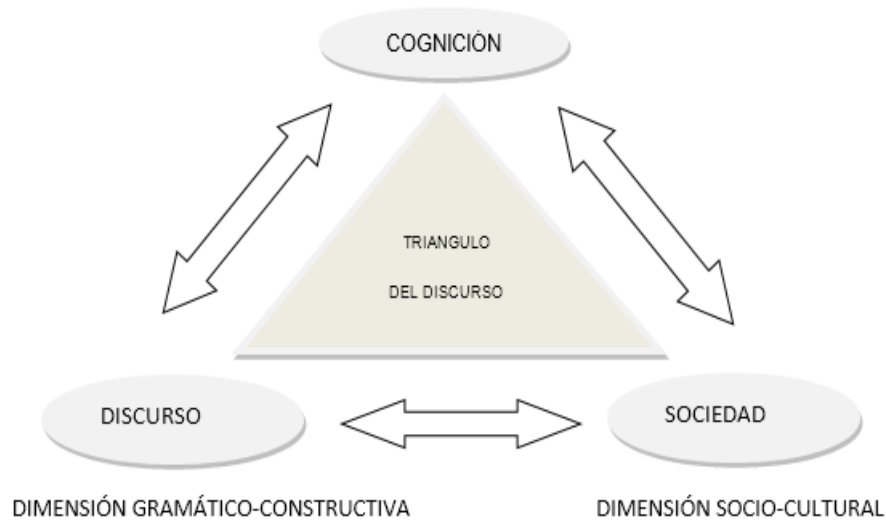
de la diversidad, la solidaridad y el encuentro de los pueblos y su compromiso con la creación de un mundo unido y un desarrollo sostenible.

### **REVISIÓN TEÓRICA**

Tomando en consideración lo antes expuesto, es imprescindible desarrollar en los egresados de la carrera de Licenciatura en Turismo las competencias profesionales en general y la comunicativa, en particular, entendiéndose esta como una configuración psicológica compleja que permite llevar a cabo la comunicación, manifestada en un comportamiento comunicativo idóneo en relación con los objetivos, medios, métodos, tareas y situaciones que determinan si algo es formalmente aceptable y hasta qué punto es posible en las relaciones sociales. De lograrse lo anterior los egresados integran las cuatro macro habilidades de la actividad verbal: comprensión auditiva y lectora, expresión oral y escrita. Lo anterior, unido a la apreciación de la autora de las dificultades que presentan los estudiantes de la Facultad de Turismo en la construcción del significado y en la exposición y argumentación de sus ideas, conllevaron a realizar la presente investigación, de la cual no se hallan antecedentes y tiene como objetivo Proponer una estrategia pedagógica, que contribuya al desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. A tales efectos, se tomó en cuenta que la formación de competencias requiere un enfoque holístico que integre, no solo elementos cognitivos, habilidades, capacidades, sino también su interdependencia con diversos componentes afectivos, motivacionales y cualidades de la personalidad en estrecha unidad funcional; interaccional, que permite abordar la comunicación como un juego complejo de implicaciones mutuas (experiencias o relaciones anteriores), de acciones y retroacciones envueltas en un ciclo comunicacional para descubrir los contenidos referenciales de los medios y onomasiológico que coadyuva a la apropiación de los medios ideográfico semánticos cuya organización responda a los resultados obtenidos a partir del estudio de los campos semánticos correspondientes.

La perspectiva trazada desde estos enfoques posibilita el tratamiento tridimensional de su desarrollo como se muestra en la figura siguiente:

Figura 1: Triángulo del discurso.



Fuente: adaptado de Van Dijk, (2000).

Para Van Dijk, “Esta figura triangular, cuyos vértices son el discurso, la cognición y la sociedad constituye, de hecho, el terreno del análisis multidisciplinario del discurso” (2000, pág. 34). La estrategia propuesta, al fundamentarse en teorías lingüísticas y psicopedagógicas, que asumen respectivamente la investigación del texto como producto del discurso, permite el abordaje interdisciplinario y multidisciplinario en tres direcciones esenciales: a) el que se concentra en las estructuras del texto y la conversación; b) el que estudia el discurso y la comunicación como cognición y c) el que se concentra en la estructura social y la cultura. Se toman en consideración los antecedentes recientes sobre el proceso pedagógico de formación profesional: los cambios del criterio normativo y las reglas que deben seguirse en la actualidad para una correcta comunicación según las últimas ediciones de la Real Academia de la Lengua Española; la calidad en la formación superior turística, los aportes a la competencia comunicativa en tanto “configuración psicológica que integra las capacidades cognitivas y metacognitivas para comprender y producir significados, los conocimientos acerca de las estructuras lingüísticas y discursivas y las cualidades para interactuar en diversos contextos socio-culturales, con diferentes fines y propósitos” [Castellanos, 2007, pág. 13]. En este sentido se valoran los aportes en el campo de la pedagogía y los criterios de calidad.

## MATERIALES Y MÉTODOS

Para diagnosticar el estado real de las habilidades comunicativas que poseen los estudiantes de primer año del curso regular diurno de la Facultad de Turismo al ingresar a la carrera. Inicialmente se aplicó una prueba pedagógica en forma de cuestionario La prueba consistió en el análisis, comprensión, interpretación, argumentación y valoración del contenido de un texto escrito. Se ejecutaron 99 pruebas pedagógicas (100% de la matrícula del curso 2012-2013 y 60% de la matrícula del curso 2013-2014). Los resultados se procesaron mediante la media aritmética de las respuestas dada por los estudiantes para cada indicador en cada curso académico, la que se corresponde con una calificación cualitativa que permitió evaluarlas competencias comunicativas en cinco categorías (excelencia (E), suficiencia avanzada (SA), suficiencia intermedia (SI), suficiencia mínima (SM) e insuficiencia (I).

Posteriormentese aplicó una encuesta una muestra representativa de los estudiantes del resto de los años de la carrera, con el objetivo de que realizaran un auto diagnóstico acerca de su competencia comunicativa, conocer sus criterios en relación con la importancia que le conceden a esta en su formación y el tratamiento que le dan los profesores de las diferentes asignaturas, así como también si se les da la posibilidad de evaluar el nivel de desarrollo de la competencia comunicativa a partir de sus propias consideraciones y de acuerdo con los retos que su profesión impone para lograr el desarrollo armónico de la comunicación. A los estudiantes de cuarto y quinto año se les adicionó una pregunta dirigida a conocer si estos consideran suficiente la preparación que reciben en la carrera en cuanto a la competencia comunicativa. Se encuestó al 50 % de la totalidad de los alumnos del curso académico 2013-2014. La muestra en ambos casos se seleccionó de manera aleatoria

Se aplicó además la técnica de observación, para lo cual se realizaron visitas a las aulas para determinar cómo las diferentes formas de organización docente que se realizan contribuyen al desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes y se revisó el plan de estudio de la carrera y el informe de autoevaluación del proceso de acreditación.

Se aplicó una entrevista semi-estructurada, mediante un muestreo intencional al 30 % de los profesores del claustro de la Facultad que se encontraban impartiendo clases en los cursos académicos enunciados con anterioridad, incluyendo a los docentes de las asignaturas: comunicación interpersonal y relaciones públicas, debido a que son estas las que ofrecen mayor posibilidad a los estudiantes para desarrollar las habilidades comunicativas. Se entrevistaron nueve docentes, de ellos seis con categoría de profesor

titular o auxiliar y más de 20 años de experiencia y tres instructores graduados de la carrera.

La aplicación oportuna e interdependiente de la prueba pedagógica, las encuestas, la observación y las entrevistas permitió la triangulación de la información y su procesamiento mediante la estadística paramétrica.

Una vez realizado el diagnóstico se diseñó la estrategia pedagógica. Esta fue validada por el criterio de expertos. Se tomó como criterio para escoger los expertos que fueran profesores con más de 5 años de experiencia docente o investigativa en la temática relacionada con la competencia comunicativa y se les aplicó el test de experticia reportado por Cisneros, M. (2010) Siguiendo las exigencias del método Delphi, el grupo de expertos previamente seleccionados, en una primera ronda plantearon las dimensiones e indicadores a tener en cuenta en la estrategia y posteriormente a través de una escala de likert de 5 puntos, manifestaron su nivel de concordancia, evaluando la homogeneidad de las respuestas mediante el coeficiente de variación.

Finalmente se elaboró la estrategia pedagógica a poner en práctica para desarrollar la competencia comunicativa en los estudiantes de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

### ANÁLISIS DE RESULTADOS

Del análisis realizado a los resultados de la prueba pedagógica se pudo constatar que no existe diferencia sustancial entre los dos cursos académicos analizados, como se aprecia en la figura 1 y la figura 2, la cual exhibe la información de ambos periodos.

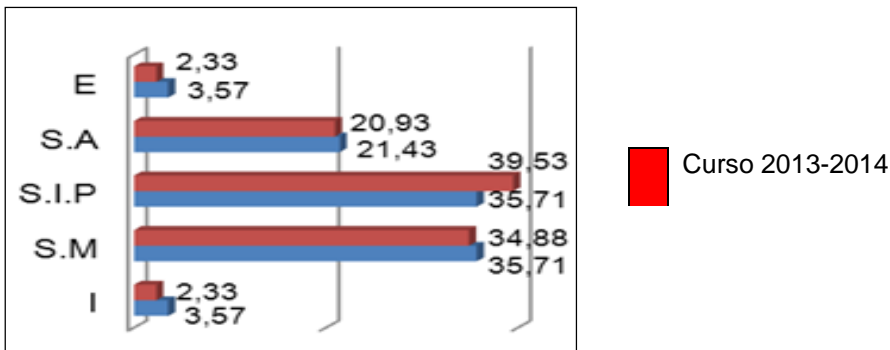


Figura 2. Resultados de la prueba pedagógica para los dos cursos académicos analizados.

Fuente: Elaboración propia.

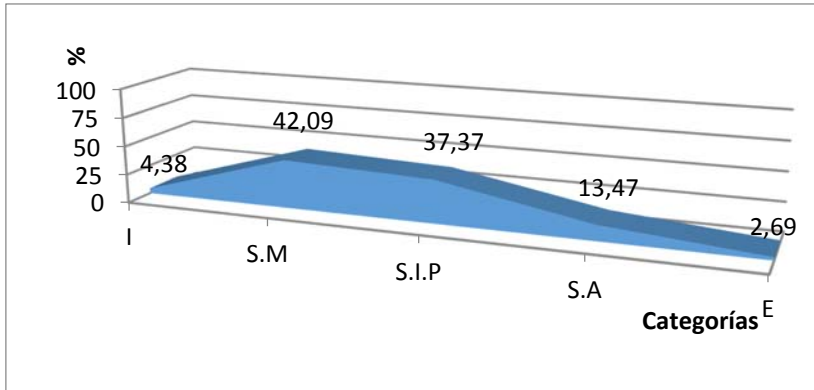


Figura 3. Proporción porcentual por categoría para los cursos.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la encuesta aplicada a los alumnos de segundo al quinto año de la carrera, orientada a recoger información sobre el desarrollo de la competencia comunicativa, evidenciaron que el 95 % coinciden en la utilidad de esta para ejercer correctamente sus funciones y en la necesidad de desarrollarla a niveles muy altos en el profesional del turismo. El 73 % opina que le gusta comunicarse porque les permite intercambiar ideas, sentimientos, evidencias y creencias, el 90% prefiere la comunicación en forma escrita. El 83 % planteó que poseen poca habilidad para escuchar y le cuesta trabajo organizar las ideas, adaptar el discurso al destinatario y aplicar las reglas ortográficas.

El 83 % manifestó que a través de las diferentes formas de organización docente recibe orientaciones acerca de cómo mejorar su competencia comunicativa y el 80 % plantea que de las asignaturas recibidas es comunicación interpersonal la que más orienta y entrena al estudiante para el desarrollo de esta habilidad, consideran que relaciones públicas también incide pero en menor medida. La totalidad de los encuestados aprecian la necesidad de profundizar en la comunicación oral y escrita que los prepara para su desempeño profesional, citando los alumnos de los años terminales que esta situación se pone de manifestó en las dificultades que se afrontan para la redacción y defensa de los seminarios y los trabajos de curso y de diploma.

Como resultado de la observación se encontró como deficiencia que las clases de manera general se caracterizan por la transmisión de información y las tareas no siempre propician el intercambio comunicativo. Los profesores son representantes de la norma culta del español, sin embargo en todos los casos no exigen a los estudiantes la adecuada adaptación de su comportamiento discursivo a las situaciones concretas.

De la aplicación de la entrevista a los profesores, se apreció que existen problemas en la organización lógica de las ideas en el discurso oral y escrito de los estudiantes, lo que se evidencia en la falta de coherencia, el ajuste al tema y el cierre semántico, criterio expresado por el 100 % de los entrevistados. De igual modo manifestaron la ocurrencia de serios problemas con la ortografía, especialmente con el uso de los signos de puntuación, la acentuación y el empleo de las mayúsculas. El 90 % evaluó de “alto” los aspectos relacionados con el poco dominio de las estructuras argumentativas, la falta de conocimientos y habilidades para aplicar las normas que rigen el procesamiento de información para el análisis, interpretación y construcción de significados. Fue un criterio consensuado la deficiente preparación que los estudiantes traen de la enseñanza precedente, y el uso desmedido que se tiene hoy de la computación, lo que no favorece el pensamiento lógico y la capacidad creadora de los educandos.

Al analizar la figura 3 se puede apreciar que si bien es cierto que la categoría de “Insuficiencia” no sobrepasa el 5%, es preocupante que las categorías de Suficiencia avanzada y Excelencia no llegan a alcanzar niveles significativos. Se puede apreciar en la figura 2 que la competencia comunicativa de los estudiantes al ingresar a la carrera posee en su mayoría una categoría de suficiencia intermedia, motivado a que existen problemas en la comprensión lectora y la expresión escrita, así como la fragmentación de las ideas y falta de fluidez en el discurso escrito, dificultades para entender y adaptarse a las diferentes situaciones y contextos comunicativos lo que atenta contra el dominio pleno de los modos de actuación del profesional.

La encuesta realizada a los estudiantes muestra que la mayoría no tiene claro el concepto de competencia comunicativa, circunscribiendo su descripción solamente a la expresión oral y escrita y a los aspectos relacionados con la ortografía. Se deriva de este resultado que no tienen conocimientos profundos sobre el tema y se evidencia además que poseen limitaciones en cuanto a las habilidades comunicativas, en el dominio funcional y estructural de los elementos discursivos y en el comportamiento comunicativo, aspectos estos que deben ser centro de atención en la formación del profesional de turismo, por su connotación desde el punto de vista socio cultural.

Los resultados de la observación al proceso docente demuestran que la mayoría de los profesores poseen información sobre la temática y que existe una correcta conceptualización del plan de estudio, el cual propicia el desarrollo de la competencia comunicativa, sin embargo no siempre se aprovechan los espacios para favorecer su desarrollo. El análisis, argumentación y fundamentación se realiza a niveles del



pensamiento empírico, no existiendo homogeneidad en el tratamiento de la temática por parte de todos los docentes. La entrevista realizada a los profesores confirma la información obtenida anteriormente y pone de relieve la necesidad de utilizar diferentes estrategias con un enfoque comunicativo en las clases e incorporar tareas interactivas que estimulen el pensamiento de los estudiantes, así como atender las diferencias individuales de los mismos, utilizar técnicas de autocontrol y control, promover el trabajo en equipo, y la producción de significados tanto orales como escritos permitiendo además la interdisciplinariedad.

De la valoración general del diagnóstico se deriva que la competencia comunicativa de los estudiantes del curso regular diurno de la carrera de Licenciatura en Turismo posee un conjunto de fortalezas y debilidades, las cuales deben ser tomadas en consideración para trazar la estrategia pedagógica a seguir por la Facultad.

La principal fortaleza es que el diseño del Plan de estudio favorece el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes y la existencia de un grupo de docentes que están capacitados en el entrenamiento consciente de la interpretación y construcción textual y el claustro en su totalidad está consciente de que la comunicación es un contexto favorable para la autorregulación del comportamiento, por lo que es necesario la implementación de una estrategia que fortalezca el desarrollo de la competencia comunicativa.

Las debilidades identificadas básicamente están asociadas al insuficiente dominio que poseen los estudiantes de los discursos que más se utilizan en su actividad profesional, lo que puede estar motivado a que en el proceso docente la mayoría de las asignaturas priorizan el aprendizaje de los contenidos, las tareas de transmisión de información y no se vinculan con la comunicación, la semántica y la semiótica, es decir no se aprovecha la integración de los componentes funcionales: comprensión, análisis y construcción de significados para el abordaje comunicativo en las mismas, debido a que la competencia comunicativa no se asume como un proceso. Se suma a lo anterior que la Facultad de Turismo no posee medios de enseñanza que propicien el desarrollo de la competencia comunicativa y de sus demandas actuales.

Propuesta de estrategia pedagógica:

La selección de los expertos arrojó que de un total de 27, sólo 18 obtuvieron un coeficiente de experticia superior a 0,6, satisfactorio para ser considerado como tal. Como resultado del método Delphi en su primera ronda, se obtuvo de cada experto una

propuesta inicial de tres dimensiones y nueve indicadores, la cual fue socializada entre ellos para conocer sus opiniones y enriquecerla con las sugerencias realizadas. Al determinar el nivel de concordancia de los expertos para cada dimensión, según la escala empleada se encontró una calificación de "muy adecuada" con un coeficiente de variación de 0,33, 0,30 y 0,35 para cada dimensión respectivamente, lo que indica una alta homogeneidad en las respuestas. Se diseñó la estrategia pedagógica a partir de las dimensiones e indicadores que se presentan en la tabla 1, considerando los resultados anteriores y los criterios de la bibliografía consultada.

Tabla 1. Dimensiones e indicadores a considerar en la estrategia pedagógica según los expertos.

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>
<b>I COGNITIVA</b>	1. Conocimientos sobre la organización lógica de las ideas en el discurso oral y escrito
	2. Habilidades para elaborar diferentes tipos de mapas mentales necesarios para la organización lógica de las ideas en el discurso oral y escrito.
	3. Valores instrumentales de la comunicación (vigencia y originalidad de las ideas, precisión ideática y pertinencia).
<b>II SOCIOCULTURAL</b>	4. Conocimientos relacionados con la identidad. Concepto complejo que involucra la percepción sobre los aspectos idiosincrásicos, ambientales y de comportamientos que se ponen en juego en el intercambio comunicativo.
	5. Habilidades para interpretar y hacer sentir las marcas del mundo objetivo en las relaciones personales e interculturales a través de la consistencia que brinda la cohesión al establecer la línea de coherencia del discurso.
	6. Valores instrumentales de la comunicación (adecuación sociocultural. autocontrol oportuno in situ. Valentía y prudencia interactiva.
<b>III GRAMÁTICO-CONSTRUCTIVA</b>	7. Conocimientos sobre los diferentes niveles de la estructura sintáctica, necesarios para el análisis, interpretación y construcción de los significados en su indisoluble vínculo con los

	conceptos de modalidad y estrategia. Elementos pragmáticos de las situaciones comunicativas: ¿Quién construye el texto? ¿Por qué lo hace? ¿A quién va dirigido? ¿Para qué lo hace? ¿Cuándo y dónde se construye? ¿Qué es, lo que dice?
	8. Habilidades para contrastar, decodificar e interiorizar la estructura gramático-constructiva en correspondencia con la modalidad y la estrategia comunicativa. Dominio de la estructura de las hipótesis, el análisis de datos, la demostración y las conclusiones.
	9. Valores instrumentales de la comunicación Aplicar las relaciones gramático-constructivas, las normas ortográficas y las reglas de acentuación y puntuación. Sustenta la claridad de las ideas

Fuente: elaboración propia.

Los indicadores de la dimensión cognitiva son: los conocimientos, habilidades, capacidades y convicciones relacionadas con el procesamiento de información mediante los cuales las personas comprenden los significados, los valoran y aplican en situaciones nuevas. Importante resulta en esta dimensión la construcción de significados valorativos, es decir, dar significado socialmente positivo al uso del lenguaje como componente fundamental del proceso de comunicación, lo que propicia la socialización y la interacción del individuo.

Los indicadores de la dimensión gramático-constructiva son: los conocimientos, habilidades, capacidades y convicciones relacionados con el procesamiento de información, mediante los cuales valoran y aplican en situaciones nuevas. Importante resulta en esta dimensión la construcción de significados valorativos, es decir, dar significado socialmente positivo al uso del lenguaje como componente fundamental del proceso de comunicación, lo que propicia la socialización y la interacción del individuo.

Los indicadores de la dimensión Sociocultural son: el contexto, los roles participantes en jerarquía social, su ideología; están implicados, igualmente, la identidad de los sujetos, sus sentimientos y estados de ánimo, su intención y finalidad comunicativa y la situación comunicativa en la que tiene lugar la misma para el desarrollo de esta competencia.

Presentación de la estrategia:

La estrategia pedagógica propuesta incluye misión, objetivo, su implementación por etapas y su evaluación.

Misión:

Contribuir al logro de la excelencia en el proceso pedagógico de formación profesional mediante la satisfacción de las necesidades comunicativas que imponen las perspectivas del turismo cubano a los estudiantes que cursan la Licenciatura en Turismo.

Objetivo general:

Contribuir al desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes que cursan la Licenciatura en Turismo.

Etapas:

Las etapas para el desarrollo de la estrategia pedagógica se presentan en la figura 3.

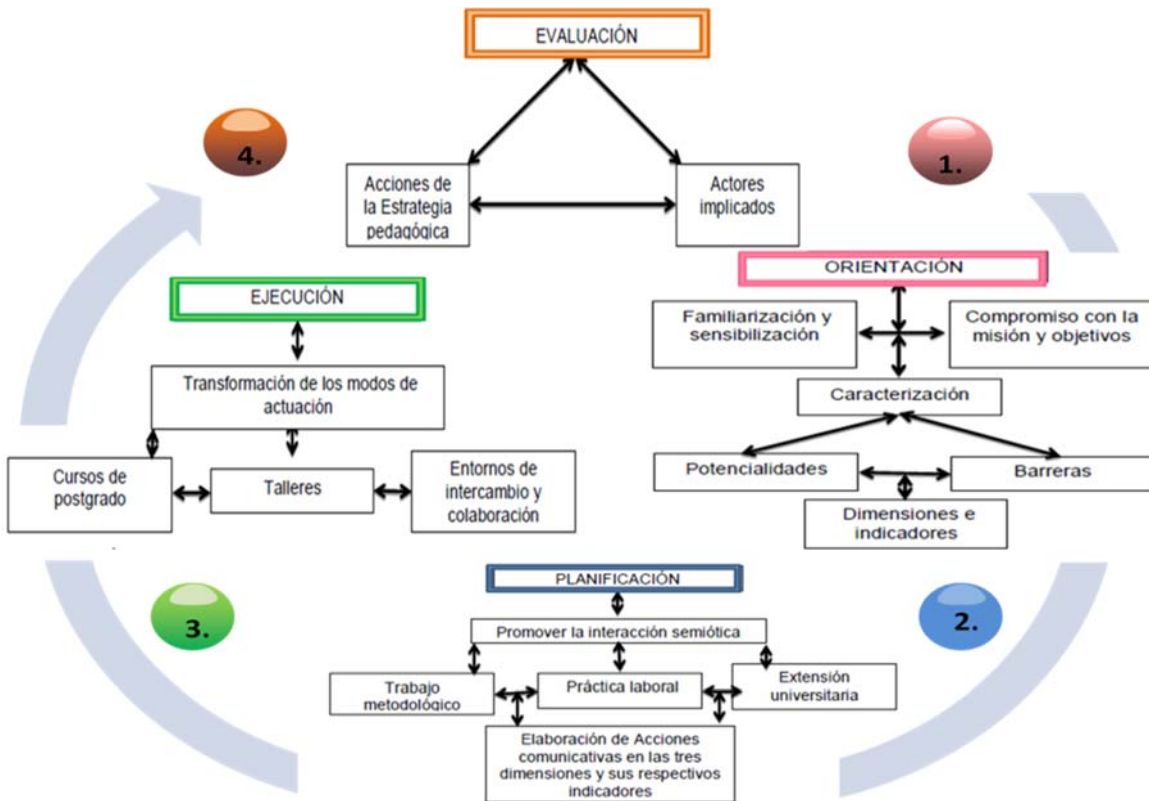


Figura 4. Etapas de la estrategia pedagógica propuesta.

Descripción de las etapas:

Primera etapa: Orientación.

Objetivo: Promover la participación de los actores implicados, a partir de reconocer la necesidad de la estrategia pedagógica, para el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo y orientar el proceso investigativo.

Acciones:

- Seleccionar el equipo encargado de la implementación de la estrategia pedagógica y procesamiento de la información, logrando su compromiso con la misión y objetivo.
- Caracterizar la Facultad de Turismo y los actores del proceso pedagógico de formación profesional y elaborar los instrumentos que permitan constatar la realidad en cada etapa.
- Sensibilizar a los actores con las particularidades del desarrollo de la competencia comunicativa como fenómeno social y su repercusión en el proceso de formación integral y en el desempeño profesional de los egresados de la carrera Licenciatura en Turismo, por lo que compete a todas las disciplinas y asignaturas de Plan de Estudio.
- Intercambiar información actualizada sobre la competencia comunicativa y su relación con el desempeño profesional en el turismo.

Participantes: Equipo coordinador, actores del proceso pedagógico de formación profesional.

Segunda etapa: Planificación.

Objetivo: Modelar la estructura metodológica de la estrategia pedagógica.

En esta etapa se enfatiza en la creación de espacios de interacción semiótica que satisfagan las necesidades comunicativas y su tratamiento pedagógico.

Acciones:

- Determinar las acciones comunicativas y la participación interdisciplinaria orientadas a las tres dimensiones y sus respectivos indicadores.
- Precisar las tareas a implementar en el entorno académico, sus objetivos, las prioridades de trabajo, los recursos humanos y materiales con los que se cuenta y el rol de los participantes en cada etapa de la estrategia.
- Propiciar un sistema de influencias desarrolladoras, la interdependencia del trabajo metodológico en las diferentes disciplinas y asignaturas, la práctica laboral y la

extensión universitaria, lo que permitiría elaborar acciones comunicativas contextualizadas.

Participantes: Equipo coordinador, actores del proceso pedagógico de formación profesional, especialistas del sector turístico.

Tercera etapa: Ejecución.

Objetivo: Implementar las acciones de la estrategia pedagógica dirigidas a transformar los modos de actuación de los actores del proceso pedagógico de formación profesional.

Acciones:

- Elaborar materiales teóricos que tengan en cuenta los principales contenidos de la estrategia y las tareas donde se coordinen las vías, métodos, y formas de realización por parte del colectivo.
- Instruir al colectivo educativo por medio del análisis individual y colectivo de los conocimientos teóricos necesarios a cerca de la competencia comunicativa.
- Concebir acciones de postgrado que coadyuven a la preparación de los profesores en la temática.
- Desarrollar un sistema de clases con contenidos específicos relacionados con la estrategia, que propicien la reflexión sobre la aplicación práctica de sus dimensiones e indicadores en todos los componentes de la clase.
- Promover espacios de intercambio y colaboración estudiante – estudiante y profesor – estudiante.
- Establecer tareas concretas a realizar para que se cumpla de forma eficiente la estrategia y eliminar las barreras que pudieran presentarse y elaborar un plan de actividades que permita la sistematicidad de las tareas a ejecutar.
- Identificar periódicamente las dificultades para el desarrollo de la competencia comunicativa.

Participantes: Equipo coordinador, actores del proceso pedagógico de formación profesional, especialistas del sector turístico.

Cuarta etapa: Evaluación.

Objetivo: Evaluar la eficiencia de las acciones realizadas y su impacto en el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo.

Acciones:

- Realizar un diagnóstico final para comprobar la efectividad de la estrategia.

- Desarrollar la observación pedagógica sobre el proceso de implementación de la estrategia.
- Controlar el cumplimiento de las diferentes acciones ejecutadas de manera sistemática.
- Revelar oportunamente los rasgos positivos o negativos que se manifiesten y la correspondiente actitud correctiva y reguladora de los docentes y colectivo de estudiantes.

Participantes: Equipo coordinador.

### **CONCLUSIONES**

La caracterización de la entidad objeto de estudio y del estado actual del nivel de desarrollo de la competencia comunicativa evidenciaron dificultades en el abordaje holístico de la misma. Se constataron deficiencias en el comportamiento comunicativo de los estudiantes de primer año que se arrastran a años superiores.

El plan de estudio favorece el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes y el claustro de profesores está sensibilizado con la necesidad de perfeccionar esta habilidad, sin embargo en el proceso docente no se aprovecha en su totalidad la integración de los componentes funcionales: comprensión, análisis y construcción de significados para el abordaje comunicativo en la mayoría de las asignaturas, ni existen los medios de enseñanza adecuado para ello. La competencia comunicativa no se asume como un proceso.

Se propuso una estrategia pedagógica con un enfoque integral, basada en tres dimensiones y nueve indicadores, orientada a fortalecer el nivel de desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Licenciatura en Turismo.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

PARTIDO COMUNISTA DE CUBA. (2011). Lineamientos del VI Congreso. La Habana. Editorial Ciencias Sociales.

ALARCOS, E. (2000). E. Gramática de la lengua español. Madrid. Ed. Spasa Calpe S A. ISBN 84- 239-7922 9.

ROMÉU, A. (2003). Acerca de la enseñanza del Español y la Literatura. La Habana. Ed. Pueblo y Educación. ISBN 978-959-13.

CASTELLANOS, D. (2007). Aprender y enseñar en la escuela. La Habana. Ed. Pueblo y Educación, 2007. ISBN 978-959-13.

ÁLVAREZ N. La autenticidad y su significado en el proceso formativo del estudiante universitario. *Revista Cubana de Educación Superior*. 30 (3): 46-59. ISSN. 0257-4314.

GONZÁLEZ, M.V. ¿Qué significa ser un profesional competente? Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Revista Cubana de Educación Superior*. 22 (1): 45-53,2002. ISSN. 0257-4314.

ALCEBO, C. (2009) La calidad en la formación superior turística y su medición para el perfeccionamiento de la Licenciatura en Turismo. Tesis (en opción al título académico de Máster en Gestión Turística). Universidad de La Habana, Cuba.

FACULTAD DE TURISMO. (2013). Plan de estudio "D" de la carrera. Licenciatura en turismo. Modalidad presencial. Universidad de La Habana.

FACULTAD DE TURISMO. (2013). Informe de autoevaluación de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

CISNEROS, L. (2010). Propuesta metodológica para la gestión de las mercancías en el proceso de elaboración del servicio buffet en hoteles 4 y 5 estrellas de ciudad. Tesis (en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas). Universidad de La Habana. Cuba.

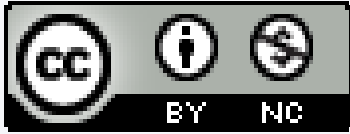
CEBALLOS, C. (2010). La formación en turismo en España: Pasado, Presente y Futuro en el nuevo espacio europeo de educación Superior. Tesis (en opción al título académico de Doctor en Ciencias Empresariales). Universidad Murcia, España.

ROMÉU, A. (2004). El enfoque cognitivo, comunicativo y de orientación sociocultural. Dimensiones e indicadores de la competencia cognitiva, comunicativa y sociocultural. Instituto Superior Pedagógico "Enrique J. Varona". Facultad de Formación de Profesores de Nivel Medio Superior. La Habana.

Van Dijk, T. (2000). *El discurso como estructura y proceso*. Ed. Gedisa, Barcelona.



Licencia Creative Commons



Revista Científica ECOCIENCIA está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).