

PERSPECTIVA DEL CONOCIMIENTO DEL IDIOMA INGLÉS DE LOS VENDEDORES LOCALES Y AMBULANTES CON RELACIÓN AL TURISMO DE VALLADOLID YUCATÁN.

André Israel Tuz Poot
Universidad de Oriente UNO. Valladolid, México
Andreisrael1009@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-0493-2401>

Autor para correspondencia: Andreisrael1009@gmail.com

Recibido: 17/02/2025

Aceptado: 12/06/2025

Publicado: 07/07/2025

RESUMEN

La investigación aborda el nivel de conocimiento básico del idioma inglés entre los vendedores locales y ambulantes en Valladolid, Yucatán, dado el creciente flujo de turistas extranjeros y la importancia de este idioma para la comunicación y ventas. El objetivo es analizar las habilidades lingüísticas de estos vendedores y su impacto en sus interacciones con turistas angloparlantes. Se aplicó una encuesta estructurada a 30-40 vendedores del centro de Valladolid, enfocándose en datos demográficos y habilidades en inglés en base a su propia consideración. Los resultados muestran un nivel educativo básico predominante y habilidades limitadas en inglés, especialmente en lectura, escritura y conversación. La mayoría ha tenido acceso a capacitación, pero aún existe una notable brecha educativa, lo que sugiere la necesidad de implementar programas de formación específicos para mejorar su competencia lingüística y oportunidades laborales.

Palabras clave: Valladolid Yucatán, competencias lingüísticas, turismo local, nivel de inglés, vendedores locales.

PERSPECTIVE ON THE ENGLISH LANGUAGE PROFICIENCY OF LOCAL AND STREET VENDORS IN RELATION TO TOURISM IN VALLADOLID YUCATÁN.

ABSTRACT

This research focuses on assessing the basic English language proficiency among local and street vendors in Valladolid, Yucatán, considering the increasing influx of foreign tourists and the importance of English for communication and sales. The aim is to analyze the linguistic skills of these vendors and their impact on interactions with English-speaking tourists. A structured survey was conducted with 30-40 vendors in downtown Valladolid, gathering demographic data and evaluating

English skills based on their own consideration. Results indicate a predominantly basic educational level and limited English proficiency, especially in reading, writing, and speaking. Most have accessed training programs, yet a significant educational gap remains, highlighting the need for targeted training programs to enhance their language skills and job opportunities.

Keywords: Valladolid Yucatán, Language skills, Local tourism, English level, Local vendors.

1. INTRODUCCIÓN

El inglés es un idioma imprescindible en el mundo actual debido a su papel como lengua global de comunicación, su importancia en el ámbito profesional y académico, y su influencia en la cultura y el entretenimiento. Dominar el inglés ofrece innumerables oportunidades para el crecimiento personal y profesional, y permite a las personas conectarse con un mundo cada vez más interconectado y diverso. (Berlitz, 2023).

Humberto Charles en su investigación titulada “Dominio del inglés y salario en México”, mediante un cuestionario a más de 20,000 personas, buscaba identificar si existen ventajas salariales en México para los individuos que hablan inglés. Los resultados mostraron que, en México, existen ventajas salariales para las personas que dominan el inglés como segundo idioma. Destacando una de las partes más importantes de esta investigación fue que el estudio identificó que saber inglés es una competencia escasa en México, dado que menos del 10% de los encuestados manifestaron hablar dicho idioma. (Charles,2022)

La interacción social entre turistas y residentes es una de las formas de contacto intercultural más importantes en la actualidad, ya que los viajes de tipo turístico son cada vez más frecuentes y cotidianos. (San Martín, 2003)

Esto último enseña la relevancia de las interacciones sociales entre turistas y residentes en el contexto del turismo. Es cierto que los viajes turísticos se han

vuelto más frecuentes y cotidianos, lo que genera más oportunidades de contacto intercultural. Abordando esto en el caso de los vendedores locales, se pueden abordar tanto beneficios como desafíos. Por el lado positivo, se puede fomentar las interacciones entre turistas y vendedores, apreciando las diferencias lingüísticas y por el lado negativo pueden surgir desafíos relacionados con estas diferencias, en donde destacan las notorias habilidades entre expresión oral, comprensión auditiva y habilidades de escritura en el idioma extranjero.

Y es que, existen diferentes factores por los que los vendedores locales y ambulantes no tuvieron la oportunidad para prepararse formalmente: problemas económicos, decisión propia, o la educación. Si se enfoca en Yucatán, sabemos que la educación en el ámbito de idiomas no es tan implementada y vista en su importancia como en otros estados de México. (Instituto Mexicano para la competitividad, 2015)

En el caso de la educación, un estudio realizado por Lozano y Escudero (2015) revelan que, en la ciudad de Mérida, Yucatán, donde existe una población monolingüe de hablantes de español, demuestra que, aunque la lengua maya es popular y prestigiosa en este estado, la preferencia para aprender un segundo idioma se inclina hacia el inglés y otras lenguas. Esto se debe a las competencias actuales que existen en el mercado laboral.

Empero, es notorio que la elección del idioma inglés por parte de un sector de la población de la capital yucateca sea una realidad, probablemente debido a las oportunidades laborales y económicas y al prestigio social que conlleva, si bien estos señalamientos no son novedosos, pues es sabido que el inglés no solo es obligatorio en contextos educativos, sino también en el ámbito profesional. (Lozano & Escudero, 2015)

Si se enfoca el turismo en cuestión de datos en México, el titular de la Secretaría de Turismo (Sectur) dijo que se estima una ocupación hotelera promedio anual de

54.3%, situándose 12.9 puntos porcentuales por arriba del año 2021. (Marqués,2022)

Torruco Marqués (2022) señaló que se estima una llegada de turistas internacionales a México de 40 millones 37 mil, 8.2 millones más que en 2021, un incremento de 25.6%.

Valladolid, conocida como “La capital del oriente maya”, se encuentra justo en medio de las dos ciudades más importantes de la península de Yucatán: Mérida y Cancún, ambas a 160 kilómetros de distancia. Muy cerca están las principales maravillas arqueológicas de la zona: Chichén Itzá a 45 kilómetros de distancia, Tulum a 100 kilómetros, Ek Balam a 30 kilómetros y Cobá a 35 kilómetros. Por esta razón, para conocer Yucatán, quizá sea una buena idea contemplar este destino como punto de partida (Sectur, 2019).

Esta ciudad, conocida y reconocida como pueblo mágico, ha experimentado un notable desarrollo en distintos aspectos a lo largo de los años, incluyendo los económicos, sociales, de infraestructura y muchos más.

Centrándose en el caso de investigación y enfocándose en los vendedores locales e independientes en el centro de la ciudad de Valladolid, Yucatán, se ha notado una carencia del idioma inglés por parte de estos vendedores hacia un turismo extranjero. Esta observación se basa en la percepción e interacción con dichos vendedores por análisis propio.

Es por eso, que esta investigación busca analizar y conocer el estado de nivel de los vendedores locales y ambulantes dirigidos hacia turistas extranjeros y de habla inglesa que visitan e interactúan con estas personas en el centro de la ciudad de Valladolid Yucatán.

2. ENCUADRE TEÓRICO

El encuadre teórico abordará los conceptos clave y estudios relevantes sobre la competencia en el idioma inglés con un enfoque en los vendedores ambulantes e independientes. Se analizará la metodología del reconocido consejo de Europa y su marco común europeo de referencia para las lenguas (*MCER*), y también la Universidad de Cambridge, comparando estas formas de determinación de nivel de inglés en diferentes aspectos con el fin de comprobar su efectividad en cierto grupo seleccionado. Así mismo, se analizarán las habilidades que un vendedor que tiene interacción con un turismo angloparlante debería poseer referente a la implementación del idioma.

El idioma inglés es un idioma imprescindible en el mundo actual debido a su papel como lengua global de comunicación, su importancia en el ámbito profesional y académico, y su influencia en la cultura y el entretenimiento. Dominar el inglés ofrece innumerables oportunidades para el crecimiento personal y profesional, y permite a las personas conectarse con un mundo cada vez más interconectado y diverso. (Berlitz, 2023).

Como menciona Berlitz, este idioma es considerado importante en el flujo de comunicación global, siendo muy importante en casi todos los aspectos, resaltando el ámbito profesional y también el académico, en donde los vendedores locales y ambulantes podrías tener beneficios de saber un idioma más en sus habilidades lingüísticas y de ámbito laboral.

Cuando se habla de competencias en el mercado laboral hacia personas angloparlantes, el idioma inglés se vuelve fundamental, sin embargo, se considera que muy pocos tienen la habilidad para poder destacarse en el idioma, así lo indica el estudio de Humberto Charles, el cual encuestó a más de 20,000 personas

dedicadas al ámbito turístico o relacionados con los idiomas y obtuvo que menos del 10% de los encuestados tenían un conocimiento concreto.

El estudio identificó que saber inglés es una competencia escasa en México, dado que menos del 10% de los encuestados manifestaron hablar dicho idioma. (Charles,2022).

El Marco Común Europeo (*MCER*), tiene como objetivo ayudar a los profesionales de las lenguas a continuar mejorando la calidad y la efectividad del aprendizaje y la enseñanza de lenguas.

El *MCER* evalúa cuatro competencias lingüísticas principales en cada idioma: comprensión auditiva, expresión oral, comprensión lectora y expresión escrita. Cada uno de los niveles del *MCER* tiene un conjunto de descripciones detalladas de las habilidades lingüísticas que se esperan de un estudiante en esa etapa. (Pérez, 2023).

Otro criterio con el que se pudiese basar para analizar el nivel de inglés serían los exámenes Cambridge, los exámenes Cambridge son títulos reconocidos internacionalmente y certifican el nivel de inglés del estudiante. Son válidos en universidades y empresas de todo el mundo. (Fernández, 2022).

Como menciona Manso (2023), los exámenes de Cambridge están basados en el estándar internacional del marco común, lo cual permite cuantificar el nivel de inglés en base a este marco.

Los niveles de Cambridge, en concreto son: A1, A2, B1, B2, C1 y C2. Cada par de niveles establece un nivel de dominio de inglés, yendo desde básico, hasta independiente y competente (Manso, 2023).

Analizando estos marcos de determinación del nivel de inglés, estas competencias para evaluar podrían ser necesarias para cubrir una evaluación completa que

arrojaría resultados más concretos los cuales serían importantes para en el tema de investigación. Sin embargo, lo que se busca es analizar directamente de los encuestados sus propias consideraciones en base a este idioma, por lo que una evaluación que determine el nivel de inglés no es tan adecuada.

2.1 Aspectos determinantes para la comunicación en el idioma inglés de ventas.

Como menciona Marc (2022), existen diferentes aspectos que destacan al momento de hablar el idioma inglés en el momento de ventas entre vendedores locales y personas angloparlantes.

El tono de voz en la cultura anglosajona es distinto del que se usa en la cultura latina. Los anglosajones tienen un tono (aparentemente) más tranquilo, no se muestran nerviosos y nunca alzan la voz (Marc, 2022).

Otro aspecto que Marc menciona es el respeto al momento de realizar un proceso de venta a un turista angloparlante, siempre conservar la educación, esto aplica independientemente si el turista es angloparlante o no.

Por último, Marc brinda otros consejos y criterios para la implementación del inglés, por ejemplo, palabras y frases comunes en el inglés de ventas comerciales, decir más con menos palabras y el empleo de palabras sencillas para expresarse bien. Esto ya está más relacionado al inglés comercial, en donde podemos concluir que los criterios de Marc son los más adecuados para esta investigación ya que determina los factores clave para responder a la pregunta de investigación, ya que, como se menciona al principio, esta investigación se basará en base a los criterios de las propias consideraciones de los encuestados para en una futura continuación poder emplear los marcos vistos en este encuadre teórico.

En base a estos aspectos, un claro ejemplo de un manejo de este idioma en un vendedor es el de Francisco Orihuela Martínez, o mejor conocido como “el chico de las empanadas”, originario de Acapulco, este chico se dedica a la venta de

empanadas en las costas de esa ciudad, lugar ampliamente turístico. Su caso se hizo viral ya que tiene una habilidad para las ventas, en donde se destaca su destreza en los diferentes idiomas que conoce para vender, demostrando un gran tono de voz, seguridad, la educación y las palabras adecuadas cuando habla en otro idioma.

3. METODOLOGÍA

Los resultados de esta investigación fueron obtenidos de encuestas físicas realizadas a los vendedores locales y ambulantes en Valladolid Yucatán. La encuesta buscaba analizar y conocer lo que los vendedores locales con interacción con el turismo tienen con base a sus propios criterios y consideraciones respecto a su dominio del idioma inglés, tomando en cuenta tres principales aspectos: la escritura, la expresión oral y la comprensión auditiva, estos tres aspectos en base a su área de trabajo y relación con los turistas angloparlantes.

La encuesta utilizada para determinar el nivel de conocimiento básico en el idioma inglés de los vendedores locales y ambulantes en el centro de Valladolid, Yucatán, es una herramienta estructurada con preguntas cerradas y de opción múltiple. Se compone de dos secciones principales: información demográfica y preguntas específicas sobre las habilidades en inglés.

La información demográfica incluye los siguientes campos: nombre, edad, género, nivel máximo de educación alcanzado, ocupación y lugar específico de trabajo. Esta sección permite contextualizar los datos obtenidos y relacionarlos con variables sociodemográficas.

La sección de preguntas específicas sobre el nivel de inglés se compone de 13 preguntas de opción múltiple que abordan diversos aspectos relacionados con la competencia en el idioma.

Durante la investigación sobre el nivel de conocimiento básico en el idioma inglés de los vendedores locales y ambulantes en el centro de Valladolid, Yucatán, se llevaron a cabo encuestas diseñadas para explorar las habilidades lingüísticas en inglés de estos vendedores.

El proceso de recopilación de datos fue exitoso, ya que todos los encuestados completaron las encuestas de manera integral. Proporcionando una base de datos sólida y representativa.

Una vez revisadas las encuestas, se procedió a codificar las respuestas cualitativas en valores numéricos. Esto permitió una mejor manipulación y análisis de la información obtenida. Las opciones que tenían los vendedores eran 3 por pregunta, estos consistían en: de acuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, siendo codificados como 1,2 y 3. Así mismo, para los valores personales se codificaron de uno a máximo 5 respuestas.

La población definida de investigación fueron todos los vendedores locales y ambulantes que trabajan en el centro de Valladolid Yucatán.

En la población se incluyó a cualquier persona que se dedique a la venta de productos o servicios en el área geográfica específica, se aseguró que todos sean específicamente de la región y se evitó realizar esta encuesta a vendedores foráneos ya que se buscó determinar específicamente la situación de la población local.

El tipo de muestreo de la investigación fue no probabilístico por las siguientes razones:

Los vendedores locales y ambulantes no estuvieron fácilmente accesibles mediante un muestreo probabilístico debido a la naturaleza de su trabajo y a la falta de una lista completa y actualizada de todos los individuos que se dedican a esta

actividad. Se seleccionaron participantes que están disponibles y dispuestos a participar en el estudio.

Dado que la investigación empleó un tipo de muestra no probabilística, se seleccionó una muestra por conveniencia, basada en la accesibilidad y disponibilidad de los vendedores ambulantes y locales en el centro de Valladolid.

Considerando que hay alrededor de 120 vendedores dentro de la categoría seleccionada, se seleccionó una muestra de 40 personas, lo que representa el 25% y el 33% de la población total. Este tamaño es considerado suficiente para saber el nivel de inglés de los encuestados.

El tipo de estudio de la investigación fue exploratorio-descriptivo, ya que, se adentró en un área donde no hubo mucha información previa específica sobre el nivel de inglés de los vendedores locales y ambulantes en el centro de Valladolid, Yucatán. Este tipo de estudio permitió familiarizarse con el tema y formular hipótesis y preguntas de investigación más específicas para estudios futuros. Así mismo, este es descriptivo, ya que busca medir y describir el nivel de conocimientos básicos en el nivel de inglés de estos vendedores. No se está intentando encontrar relaciones causales o complejas en esta fase, sino que también se describe el estado actual de sus habilidades lingüísticas en el idioma inglés. Hernández, Fernández y Baptista, (2014).

Esta investigación fue del tipo no experimental, ya que buscaba observar y analizar fenómenos tal y como ocurren naturalmente sin manipular variables o condiciones Hernández, Fernández y Baptista, (2014).

En este caso, en la investigación no se manipula ninguna variable independiente ni se está controlando condiciones bajo las cuales se recoge la información. Simplemente se recopilan datos a través de encuestas para describir el nivel de inglés de los vendedores.

4. RESULTADOS

La edad de los vendedores encuestados rondaba alrededor de los 25 a 45 años. Los de 45 a 60 años iban después del primer rango de edades anterior.

Del 100% de encuestados, el 73% eran personas de 25 a 45 años, 13.33% eran de 45 a 60 años y 6.67 % fueron personas de 18 a 25 años y el mismo resultado para las personas de 60 a 80 años.

De las personas encuestadas, el 60% obtuvo la mayoría de porcentaje siendo estos hombres y el 40% mujeres.

Después de presentar los datos demográficos obtenidos, se procede a presentar los resultados relacionados al tema del nivel general de los vendedores locales y ambulantes dirigidos al turismo de Valladolid Yucatán.

En el nivel máximo de estudios alcanzados por los entrevistados, el nivel alcanzado por la mayoría fue la preparatoria con un 46%, en segundo lugar, la secundaria con un 26%, siguiente de un 13% de encuestados no estudiaron, un 6% terminaron la primaria y otro 6% la universidad. Estos resultados arrojan que la mayoría de los entrevistados tienen un nivel de educación básico, lo que sugiere que los vendedores en cuestión pueden enfrentar limitaciones en términos de acceso a sus oportunidades laborales y desarrollo personal. Además, el hecho de que un 13% de los encuestados no hayan terminado la primaria, y un 6% solo haya terminado la primaria indica que existe un poco interés o poco acceso a la educación. Por otro lado, el 6% que concluyó la universidad muestra que hay un pequeño grupo indicador del potencial para estudios a nivel superior en este sector.

En las secciones de cargos laborales, un 73% seleccionó que se desenvuelve en el sector de ventas en un puesto físico estable y un 26% obtuvo resultados en ventas ambulantes. Esto, muestra que la mayoría de los vendedores no se desplaza físicamente para la promoción de sus productos/servicios.

En el ámbito de experiencia en venta, un 80% de encuestados tenía más de 3 años de experiencia en ventas al turismo y un 20% no. Esto es clave para notar la experiencia y tiempo de cada vendedor, notando que la experiencia no conlleva el aprendizaje de manera autónoma de un idioma.

Con respecto a que tanto los vendedores han estado relacionados con el idioma inglés, se preguntó si han tomado un curso de inglés por algún motivo y un 53% de encuestados respondió que sí ha tomado un curso de inglés, un 40% no ha tomado alguno y un 6% no estaba seguro si lo habían tomado o no. Estos resultados demuestran que la mayoría de los vendedores sí han estado relacionados con el idioma. El 46% estuvo de acuerdo en que el curso tomado les llevó alrededor de 3 meses, otro 46% omitió y un 6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Relacionado a los datos anteriores, se trató de averiguar el acceso a los recursos y programas de capacitación para el aprendizaje del idioma y, el 60% afirma que ha tenido acceso a programas de capacitación y recursos educativos relacionados al inglés, el 33% no ha tenido acceso y un 6% no sabe si sí o no. Así mismo, un 66% de encuestados afirman que utilizan recursos varios para aprender inglés y un 33% no los usa.

Pasando a las habilidades del idioma, en el área de lectura, un 53% considera que puede leer en inglés en un nivel básico y un 46% considera que no tiene la habilidad de leer en ese idioma. Un 73% considera que no puede leer en un nivel intermedio o alto el idioma inglés, un 13% considera que sí y un 13% no está seguro.

Un 60% considera que no puede escribir en inglés, un 26% considera que no está seguro y un 13% está en desacuerdo. Un 40% estaba de acuerdo con que podían escuchar y entender el idioma inglés, otro 40% estaba en desacuerdo y un 20% no estaba seguro si podía.

En el ámbito de la comunicación verbal, un 20% estaba de acuerdo con que podían mantener una conversación en inglés, un 40% estaba en desacuerdo y un 40% confirmaban que no pueden mantener una conversación en el idioma inglés.

5. DISCUSIÓN

Los resultados muestran que la mayoría de los vendedores tienen un nivel de educación básico, lo que puede limitar sus oportunidades laborales y desarrollo personal. Sin embargo, un pequeño grupo ha concluido la universidad, lo que indica potencial para estudios superiores en este sector.

Respondiendo a la pregunta de investigación, el nivel de inglés de los vendedores locales dirigidos al turismo en Valladolid Yucatán se cataloga en un nivel inicial, en donde ellos mismos consideran que sus habilidades básicas para la comprensión de este idioma (leer, escuchar y hablar) se encuentran en un nivel incipiente.

La mayoría de los vendedores no se desplazan físicamente para promocionar sus productos/servicios y tienen más de 3 años de experiencia en ventas al turismo. Aunque la mayoría ha estado relacionada con el idioma inglés, los resultados muestran que hay una brecha en las habilidades del idioma, especialmente en lectura, escritura y comunicación verbal.

Es importante destacar que la mayoría de los vendedores han tenido acceso a programas de capacitación y recursos educativos relacionados con el inglés, pero aún hay un porcentaje significativo que no ha tenido acceso. Esto sugiere que es necesario abordar la brecha en el acceso a la educación y capacitación para mejorar las habilidades del idioma inglés entre los vendedores ambulantes.

Con respecto a los objetivos, estos fueron satisfactoriamente concluidos, se realizaron las encuestas y los resultados arrojaron la respuesta ante la pregunta principal de investigación. Se diseñaron y aplicaron encuestas específicas a vendedores locales en el centro de Valladolid, enfocadas en conocer como

consideran su conocimiento básico en inglés. Esas encuestas incluyeron preguntas generales sobre su comprensión en varios aspectos, aplicándose a una muestra representativa seleccionada al azar. El análisis de los resultados se evidenció que la mayoría de los encuestados tenía un conocimiento limitado del idioma, dificultando su interacción con turistas extranjeros. Esto permitió responder a la pregunta principal de investigación y confirmar la necesidad de futuros programas de capacitación en inglés para mejorar la atención al turista en Valladolid.

En general, los resultados permiten sugerir que es necesario implementar programas de capacitación y educación efectivos para mejorar las habilidades del idioma inglés entre los vendedores ambulantes dedicados al turismo en Valladolid, Yucatán. Esto podría incluir cursos de inglés personalizados, recursos educativos en línea y programas de intercambio cultural. Al abordar esta brecha, se puede mejorar la calidad del servicio al cliente y aumentar las oportunidades laborales y de desarrollo personal para los vendedores ambulantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Berlitz. (2023). *La importancia de saber inglés en el mundo actual*.

<https://www.berlitz.com/es-ec/blog/la-importancia-de-saber-ingles-en-el-mundo-actual>

Castro, Carrillo, Romero & García. (2012). *Determinantes de las ganancias de los vendedores ambulantes en México. El trimestre económico*.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-718X2012000300693&lng=es&tlng=es

CEFR. (2023). *Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER)*.

www.coe.int/lang-cefr

Fernández. (2022). *¿Qué son los exámenes de inglés Cambridge English? Cursos de Inglés Online Para Preparar Exámenes Oficiales de Cambridge*.

<https://www.exámenes-cambridge.com/exámenes-cambridge/exámenes-cambridge-que-son>

Hernández R., Fernández C., Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill Interamericana de España S.L. 6a edición.

https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Leija & García. (2022). *Dominio del inglés y salario en México. Análisis económico*. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n94/charles>

Lozano y Escudero. (2015). ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA LA MAYA Y LA ELECCIÓN DEL APRENDIZAJE DE UN IDIOMA. ACTITUDES LINGÜÍSTICAS HACIA LA MAYA Y LA ELECCIÓN DEL APRENDIZAJE DE UN IDIOMA EN UN SECTOR DE POBLACIÓN JOVEN DE LA CIUDAD DE MÉRIDA

Manso. (2023). *Niveles de inglés Cambridge | Desde Novato a Experto | Tips. Ringteacher. Clases de inglés por teléfono, conversación en inglés con nativos*. <https://www.ringteacher.com/blog/niveles-de-ingles-cambridge/>

Martín. (2003). *Relaciones interculturales en el contexto turístico*. <https://www.uv.es/seoane/boletin/previos/N77-2.pdf>

Pérez. (2023). *Qué es el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas*. <https://nivelize.es/que-es-el-mcer-y-para-que-sirve/#:~:text=El%20MCEr%20es%20un%20conjunto%20de%20est%C3%A1ndares%20dise%C3%B1ados,A1%20%28nivel%20b%C3%A1sico%29%20hasta%20el%20C2%20%28nivel%20avanzado%29>

Redacción Royal Language. (2024). *Marco Común Europeo de Referencia (MCER)*. <https://royallanguage.com/marco-comun-europeo-de-referencia-mcer/>

Ricoy y Álvarez. (2016). *La enseñanza del inglés en la educación básica de personas jóvenes y adultas*. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5614911.pdf>

Sectur. (2019). *Valladolid Yucatán*.

<https://www.gob.mx/sectur/articulos/valladolid-yucatan>

Sectur. (2022). *La Secretaría de Turismo presenta las expectativas del turismo de México para 2022*. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-secretaria-de-turismo-presenta-las-expectativas-del-turismo-de-mexico-para-2022?idiom=es>

Sergio. (2022). *Niveles de Inglés Cambridge y MCER (Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas)*. *Inglés Con Cambridge*.

<https://www.inglesconcambridge.com/niveles-ingles-cambridge-mcer-marco-comun-europeo-referencia-las-lenguas/>