La importancia del uso del idioma inglés en la industria hotelera y turística

The importance of the use of the English language in the hotel and tourism industry

Mary Thalía Cifuentes Rojas
https://orcid.org/0000-0002-2934-3328
mcifuentes@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo.
Babahoyo – Ecuador

Miguel Esteban Beltrán Moreno
https://orcid.org/0000-0001-9981-9873
mebeltranm@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo.
Babahoyo – Ecuador

Pablo Luis Vasconez Mera
https://orcid.org/0000-0001-9035-7166
pvasconezm@utb.edu.ec
Universidad Técnica de Babahoyo.
Babahoyo – Ecuador

RESUMEN

El presente artículo científico aborda la importancia del inglés en los profesionales de hotelería y turismo. El estudio se centra en analizar cómo el dominio del inglés puede mejorar la calidad del servicio, la comunicación con los clientes y la competitividad en el mercado laboral. Se examinan las habilidades lingüísticas necesarias para desempeñarse en el sector turístico y se discuten las estrategias de enseñanza y aprendizaje del inglés en el contexto de la formación en hotelería y turismo. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo y cualitativo utilizando encuestas y entrevistas. El enfoque cuantitativo permitió recopilar datos numéricos sobre el nivel de inglés de los participantes y su impacto en su desempeño laboral, mientras que el enfoque cualitativo proporcionó información detallada sobre las experiencias y percepciones de los participantes en relación con el uso del inglés en su trabajo. Los resultados del estudio demuestran que el inglés es un factor clave para el éxito profesional en el ámbito de hotelería y el turismo, y se ofrecen recomendaciones para mejorar la enseñanza del inglés en este sector.

Palabras clave: habilidades lingüísticas, mercado laboral, estrategias profesionales.

Recibido: 18-10-23 - Aceptado: 12-12-23

ABSTRACT

This scientific article discusses the importance of English in hospitality and tourism professionals. The study focuses on analyzing how English proficiency can improve the quality of service, communication with customers and competitiveness in the labor market. It examines the language skills needed to perform in the tourism sector and discusses English teaching and learning strategies in the context of hospitality and tourism training. A quantitative and qualitative study was conducted using surveys and interviews. The quantitative approach allowed the collection of numerical data on the participants' level of English and its impact on their job performance, while the qualitative approach provided detailed information on the participants' experiences and perceptions in relation to the use of English in their work. The results of the study demonstrate that English is a key factor for professional success in the field of hospitality and tourism, and recommendations are offered to improve the teaching of English in this sector.

Keywords: language skills, labor market, professional strategies.

INTRODUCCION

En la industria de la Hotelería y Turismo, el idioma inglés desempeña un papel fundamental para el éxito y el crecimiento profesional. En un mundo cada vez más globalizado, donde los viajes internacionales son comunes y la comunicación transcultural es esencial, dominar el inglés se ha convertido en una habilidad imprescindible para aquellos que buscan destacarse en esta emocionante industria.(Minodora, 2012)

El idioma inglés se ha establecido como el idioma universal de los negocios y las comunicaciones internacionales. En el campo de la Hotelería y Turismo, donde la interacción con personas de diversas nacionalidades es constante, el inglés se ha convertido en un medio de comunicación vital. Desde atender a huéspedes extranjeros en un hotel hasta trabajar en agencias de viajes o coordinar eventos internacionales, la capacidad de comunicarse en inglés de manera efectiva es un factor determinante para el éxito profesional en esta industria.(Fujita, 2019)

En este artículo, exploraremos la relevancia del idioma inglés en el entorno laboral y profesional del sector de la Hotelería y Turismo. Examinaremos cómo el dominio del inglés

no solo proporciona oportunidades de empleo internacionales, sino que también facilita la comunicación efectiva con los huéspedes internacionales, el acceso a recursos y conocimientos especializados, la participación en programas de intercambio y capacitación, y la adaptación a la diversidad cultural.

Asimismo, destacaremos cómo el inglés no solo es un requisito para los roles más visibles en la industria, como gerentes de hotel o guías turísticos, sino que también es esencial en todas las áreas y niveles de empleo, desde el personal de limpieza y cocina hasta los profesionales de marketing y gestión de eventos. Sin importar la posición que se ocupe, tener un buen dominio del inglés puede abrir puertas y proporcionar mayores oportunidades de crecimiento profesional.

En definitiva, comprender y hablar el idioma inglés con fluidez se ha convertido en una habilidad ineludible para aquellos que desean tener éxito en la industria de la Hotelería y Turismo. Es una herramienta que permite la comunicación efectiva con una clientela internacional diversa, el acceso a recursos y conocimientos especializados, y la participación en programas de desarrollo profesional en el extranjero. Aquellos que invierten en su dominio del inglés tienen una clara ventaja en el mercado laboral y una mayor capacidad para sobresalir en el entorno competitivo de la Hotelería y Turismo.

Problemática

En el entorno profesional y laboral del sector de Hotelería y Turismo, surge una problemática relacionada con la falta de dominio del idioma inglés por parte de muchos profesionales en la industria. Esta problemática se presenta debido a varias razones, entre las que se incluyen la falta de enfoque y prioridad en la enseñanza del idioma inglés en la formación académica, la ausencia de programas de capacitación específicos y la falta de conciencia sobre la importancia del idioma inglés en el desarrollo de una carrera exitosa en esta industria.(Prachanant, 2012)

Esta problemática tiene consecuencias significativas, ya que limita las oportunidades de empleo y crecimiento profesional de los individuos en el sector de Hotelería y Turismo. La falta de habilidades en el idioma inglés dificulta la comunicación efectiva con los huéspedes internacionales, lo que puede afectar negativamente la calidad del servicio y la experiencia del cliente. Además, los profesionales con limitaciones en el idioma se encuentran en desventaja en comparación con aquellos que tienen un buen dominio del inglés, especialmente en un entorno laboral cada vez más globalizado y competitivo.(Widiastuti et al., 2021)

Esta problemática también tiene implicaciones en la imagen y reputación de los destinos turísticos y las empresas del sector de Hotelería y Turismo. La incapacidad para comunicarse fluidamente en inglés puede afectar la percepción de los turistas internacionales sobre la calidad del servicio y la capacidad de los profesionales para atender sus necesidades y expectativas.(Bagus et al., 2020)

En este contexto, es necesario abordar la problemática y reconocer la importancia crítica del idioma inglés en el entorno laboral y profesional del sector de Hotelería y Turismo. Es fundamental implementar estrategias efectivas de enseñanza y capacitación en inglés, así como fomentar una mayor conciencia sobre la relevancia del idioma para el desarrollo de una carrera exitosa en esta industria. De esta manera, se podrá mejorar la competitividad de los profesionales, elevar la calidad del servicio ofrecido y fortalecer la posición de los destinos turísticos en el mercado internacional.

Justificación

El tema de la relevancia del idioma inglés en el entorno profesional y laboral del sector de Hotelería y Turismo es de gran importancia debido a varios factores. En primer lugar, la industria de Hotelería y Turismo es altamente dependiente de la interacción con clientes internacionales, y el inglés se ha convertido en el idioma predominante para la comunicación en este ámbito. Es fundamental que los profesionales de esta industria cuenten con

habilidades sólidas en el idioma inglés para brindar un servicio de calidad, comprender las necesidades y expectativas de los huéspedes internacionales, y establecer relaciones comerciales exitosas.(Tetik, 2016)

Además, el dominio del inglés en el sector de Hotelería y Turismo tiene implicaciones directas en la competitividad de los destinos turísticos y las empresas del sector. En un entorno globalizado y altamente competitivo, aquellos destinos y empresas que pueden ofrecer servicios en inglés de manera efectiva tienen una clara ventaja sobre aquellos que no lo hacen. La capacidad de comunicarse en inglés facilita la atracción de turistas internacionales, la participación en mercados globales y la colaboración con socios internacionales, lo que contribuye al crecimiento económico y al desarrollo sostenible de la industria.(Delfín de Manzanilla, 2007)

Por otra parte, la relevancia del idioma inglés en el entorno profesional y laboral del sector de Hotelería y Turismo se extiende más allá de las fronteras geográficas. La industria se basa en el intercambio cultural y la diversidad, y el inglés actúa como un puente de comunicación entre personas de diferentes países y culturas. El dominio del inglés fomenta la comprensión intercultural y promueve experiencias positivas para los huéspedes internacionales, mejorando así la imagen y reputación de los destinos turísticos y las empresas del sector.

En conclusión, la justificación de este tema radica en la necesidad de reconocer la importancia del idioma inglés como una habilidad fundamental en el entorno laboral y profesional del sector de Hotelería y Turismo. La adquisición y mejora de habilidades en el idioma inglés por parte de los profesionales de esta industria contribuirá a elevar la calidad del servicio, mejorar la competitividad, impulsar el crecimiento económico y promover la comprensión intercultural en el ámbito global de Hotelería y Turismo.

Objetivos

1.Analizar la importancia del inglés en los profesionales de hotelería y turismo.

2. Identificar las habilidades lingüísticas necesarias para desempeñarse en el sector turístico.

3. Examinar las estrategias de enseñanza y aprendizaje del inglés en el contexto de la formación en hotelería y turismo.

4.Proponer recomendaciones para mejorar la enseñanza del inglés en el sector turístico.

Marco teórico

Contexto de la industria de Hotelería y Turismo

La industria de Hotelería y Turismo es uno de los sectores más importantes y de rápido crecimiento a nivel mundial. Con el aumento de los viajes internacionales, la globalización y el acceso a la información, cada vez más personas están optando por explorar destinos turísticos y disfrutar de experiencias hoteleras de calidad.(Bárcena Madera et al., 2016)

El hotelería se refiere al conjunto de actividades y servicios relacionados con la gestión y operación de hoteles, resorts, posadas y otros establecimientos de alojamiento. Por otro lado, el turismo abarca todas las actividades relacionadas con los viajes y la visita a destinos turísticos, incluyendo el transporte, la planificación de itinerarios, la guía turística y la organización de eventos.(Gannio & Labate, 2018)

El turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos y empleo en muchos países. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2019, la industria del turismo representaba aproximadamente el 10% del PIB global y generaba alrededor de 330 millones de empleos directos e indirectos.(Quevedo et al., 2020)

En este contexto, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son aspectos fundamentales para el éxito de las empresas hoteleras y turísticas. La competencia en el sector es feroz, y los consumidores tienen una amplia gama de opciones para elegir, por lo que las organizaciones deben esforzarse por ofrecer experiencias memorables y diferenciadas.

Además, el turismo internacional desempeña un papel crucial en la industria de Hotelería y Turismo. Los viajeros internacionales aportan diversidad cultural, demandas específicas y un poder adquisitivo significativo. Por lo tanto, las empresas y profesionales del sector deben estar preparados para comunicarse eficientemente con personas de diferentes nacionalidades y dominar idiomas extranjeros, especialmente el inglés.(Yánez García et al., 2019)

El idioma inglés se ha convertido en la lengua franca del turismo y los negocios a nivel global. Es ampliamente utilizado en las transacciones comerciales, las relaciones

internacionales y las comunicaciones entre profesionales de diferentes países. En el contexto de la Hotelería y el Turismo, el dominio del inglés es esencial para interactuar con clientes internacionales, participar en redes de colaboración y acceder a oportunidades laborales más amplias.(Bagus et al., 2020)

En resumen, el contexto de la industria de Hotelería y Turismo es dinámico, altamente competitivo y depende en gran medida de la satisfacción del cliente. El turismo internacional desempeña un papel destacado, y el idioma inglés se ha vuelto indispensable para el éxito profesional y laboral en este campo.

La Importancia del idioma inglés en el entorno profesional y laboral

La importancia del idioma inglés en el entorno profesional y laboral es innegable en la actualidad, y esto se aplica especialmente en la industria de Hotelería y Turismo. A continuación, se detallan algunos puntos clave que destacan su relevancia:

Comunicación con clientes internacionales: El inglés se ha convertido en la lengua franca del turismo y los negocios a nivel mundial. En la industria de Hotelería y Turismo, es común recibir y atender a clientes internacionales que pueden tener diversas nacionalidades y no hablan el mismo idioma que el personal local. El dominio del inglés permite una comunicación fluida y efectiva con estos clientes, lo que mejora la calidad del servicio, fortalece las relaciones y aumenta la satisfacción del cliente.(Pupo Ferrás, 2005)

Oportunidades laborales: Contar con habilidades sólidas en inglés amplía las oportunidades laborales en la industria de Hotelería y Turismo. Muchas empresas buscan profesionales bilingües que puedan comunicarse con clientes internacionales, colaborar en equipos multiculturales y participar en proyectos a nivel global. El inglés es un requisito cada vez más común en las ofertas de trabajo, y dominarlo brinda una ventaja competitiva significativa al buscar empleo en el sector.(Yánez García et al., 2019)

Competitividad y calidad del servicio: En un mercado altamente competitivo, el dominio del inglés puede marcar la diferencia para una empresa o profesional. La comunicación efectiva con clientes internacionales en su idioma nativo crea una experiencia más personalizada y satisfactoria, lo que contribuye a una mayor retención de clientes y a la reputación positiva de la organización. Asimismo, el inglés permite acceder a recursos,

tendencias e innovaciones en la industria de Hotelería y Turismo a nivel global, lo que impulsa la mejora continua y la excelencia en el servicio.(Fujita, 2019)

Networking y colaboración: La industria de Hotelería y Turismo es un entorno colaborativo en el que la colaboración con profesionales de diferentes países y culturas es común. El inglés facilita la comunicación y la colaboración efectiva con colegas internacionales, lo que abre oportunidades de networking, intercambio de conocimientos y desarrollo de relaciones profesionales valiosas. Además, el inglés es utilizado en conferencias, seminarios y eventos de la industria, lo que permite acceder a información y participar en actividades de desarrollo profesional.(Tetik, 2016)

Acceso a recursos y conocimientos: La mayoría de los recursos y conocimientos relacionados con la Hotelería y el Turismo se encuentran disponibles en inglés. Desde investigaciones académicas y estudios de mercado hasta libros, revistas y sitios web especializados, el inglés es el idioma predominante en la publicación y difusión de información en la industria. Dominar el inglés brinda acceso directo a estos recursos, lo que facilita el aprendizaje continuo, el crecimiento profesional y la actualización en las tendencias y mejores prácticas del sector.(Zavala Pazmiño, 2014)

Perfil de los Turistas Internacionales

El perfil de los turistas internacionales es diverso y está influenciado por una variedad de factores, como la edad, el país de origen, los intereses, el presupuesto y las preferencias personales. Aunque cada turista es único, se pueden identificar ciertos patrones y características comunes. A continuación, se detallan algunos aspectos relevantes del perfil de los turistas internacionales:

Nacionalidad: Los turistas internacionales provienen de diferentes países alrededor del mundo. Algunos países tienen una mayor propensión a viajar, como Estados Unidos, China, Alemania, Reino Unido, Francia y Canadá, pero cada vez más personas de diferentes nacionalidades están optando por explorar destinos turísticos.(AbdulRaheem Al-Malki et al., 2022)

Motivación del viaje: Los turistas internacionales pueden tener diversas motivaciones para viajar. Algunos buscan descubrir nuevas culturas, visitar sitios históricos y monumentos

famosos, disfrutar de la naturaleza y los paisajes, experimentar la gastronomía local o participar en actividades recreativas y deportivas. Otros pueden viajar por motivos de negocios, estudios o salud.

Duración del viaje: La duración del viaje varía según el turista y su propósito de viaje. Algunos turistas internacionales pueden realizar viajes cortos de unos pocos días, mientras que otros pueden optar por estadías más largas que pueden extenderse a semanas o incluso meses, especialmente cuando se trata de viajes de placer o de inmersión en la cultura local.

Intereses y preferencias: Los turistas internacionales tienen intereses y preferencias individuales que influyen en sus decisiones de viaje. Algunos pueden estar interesados en el turismo de aventura y actividades al aire libre, mientras que otros pueden preferir el turismo cultural, visitando museos, galerías de arte y lugares históricos. También existen turistas que se centran en el turismo gastronómico, el turismo de compras, el turismo de bienestar o el turismo de negocios.

Presupuesto: El presupuesto del turista internacional puede variar significativamente. Algunos viajeros tienen un alto poder adquisitivo y están dispuestos a invertir en experiencias de lujo, alojamientos exclusivos y actividades costosas. Otros turistas pueden tener un presupuesto más ajustado y optar por opciones de alojamiento económicas, transporte público y actividades gratuitas o de bajo costo.

Uso de tecnología: Los turistas internacionales suelen hacer uso de la tecnología durante sus viajes. Utilizan aplicaciones móviles, servicios de reserva en línea y herramientas de traducción para facilitar su experiencia de viaje. También pueden compartir sus experiencias en redes sociales y utilizar plataformas de revisión para buscar recomendaciones y opiniones de otros viajeros.

Expectativas y demandas: Los turistas internacionales suelen tener altas expectativas en cuanto a la calidad de los servicios y las experiencias que reciben durante su viaje. Buscan una atención personalizada, servicios de calidad, seguridad, comodidad y una experiencia auténtica que les permita sumergirse en la cultura local y vivir momentos memorables.(Widiastuti et al., 2021)

Barreras de comunicación

A pesar de la importancia del idioma inglés en la industria de Hotelería y Turismo, existen barreras de comunicación que pueden dificultar la interacción efectiva entre los turistas internacionales y los profesionales del sector. Algunas de estas barreras incluyen:

Barreras lingüísticas: La barrera lingüística es una de las principales dificultades en la comunicación entre turistas internacionales y profesionales de la Hotelería y el Turismo. Los turistas pueden no tener un dominio adecuado del inglés u otro idioma utilizado en la comunicación, lo que dificulta la expresión de sus necesidades y deseos, así como la comprensión de la información proporcionada por el personal del hotel o del lugar turístico.(Félix Mendoza & García Reinoso, 2020)

Diferencias culturales: Las diferencias culturales también pueden actuar como barreras de comunicación. Los turistas internacionales pueden tener diferentes normas de comportamiento, expresión y percepción en comparación con los profesionales del sector. Esto puede llevar a malentendidos, dificultades para interpretar señales no verbales y una falta de conexión emocional.(Fernandez Serón, 2009)

Jerga y terminología técnica: En la industria de Hotelería y Turismo, se utiliza una terminología técnica específica que puede resultar confusa para los turistas internacionales. Palabras y conceptos como "check-in", "all-inclusive", "concierge" o "room service" pueden ser desconocidos para algunos turistas, lo que dificulta la comprensión de los servicios y procedimientos.(Romero Peña, 2020)

Nivel de competencia del personal: El nivel de competencia lingüística del personal puede variar. Algunos profesionales pueden tener un dominio limitado del inglés, lo que dificulta la comunicación con turistas internacionales que no hablan el idioma local. Esto puede llevar a malentendidos, frustración y una experiencia insatisfactoria para los turistas.(Sanchez, 2009)

Barreras tecnológicas: Aunque la tecnología ha facilitado la comunicación en muchos aspectos, también puede ser una barrera. La falta de acceso a servicios de internet, la limitada disponibilidad de herramientas de traducción o la falta de habilidades tecnológicas pueden dificultar la comunicación fluida entre los turistas internacionales y los profesionales del sector.

Para superar estas barreras de comunicación, es importante implementar estrategias efectivas, como:

- Contar con personal bilingüe o con habilidades de comunicación intercultural.
- Proporcionar servicios de traducción o interpretación cuando sea necesario.
- Ofrecer materiales informativos y señalizaciones multilingües.
- Utilizar un lenguaje claro y evitar términos técnicos complicados al comunicarse con los turistas.
- Fomentar la capacitación en habilidades de comunicación intercultural para el personal de Hotelería y Turismo.

Al abordar estas barreras de comunicación, se puede mejorar la experiencia de los turistas internacionales, promover una comunicación efectiva y facilitar una interacción positiva entre los profesionales del sector y los visitantes internacionales.

Ventajas de dominar el idioma inglés en la industria de Hotelería y Turismo

El dominio del idioma inglés en la industria de Hotelería y Turismo ofrece una serie de ventajas significativas tanto para los profesionales del sector como para los establecimientos turísticos. A continuación, se detallan algunas de estas ventajas:

Mejora de la comunicación: El inglés es ampliamente reconocido como el idioma internacional de los negocios y el turismo. Dominar el inglés permite una comunicación fluida y efectiva con turistas internacionales, brindando la posibilidad de entender y atender sus necesidades de manera más precisa. Esto promueve una comunicación clara y evita malentendidos, lo que contribuye a una experiencia positiva para los turistas y al desarrollo de relaciones profesionales sólidas.(Maylett Pérez Álvarez, 2011)

Acceso a un mercado global: La industria de Hotelería y Turismo es global, y el inglés es el idioma comúnmente utilizado en el ámbito internacional. El dominio del inglés abre oportunidades para acceder a un mercado más amplio, ya que permite establecer conexiones y colaboraciones con profesionales de todo el mundo. Además, el inglés es fundamental para participar en ferias, conferencias y eventos internacionales, lo que brinda la posibilidad de promocionar destinos y servicios a nivel global.(Bobanovic, 2011)

Facilita la atención al cliente: Hablar inglés con fluidez facilita la atención al cliente internacional. Los turistas se sienten más cómodos y satisfechos al poder comunicarse en su propio idioma o en un idioma que dominan. Esto permite brindar un servicio más personalizado, responder preguntas con precisión, proporcionar recomendaciones adecuadas y resolver cualquier problema que pueda surgir durante su estancia. Una atención al cliente eficiente mejora la reputación del establecimiento y fomenta el boca a boca positivo.(Widiastuti et al., 2021)

Desarrollo de relaciones comerciales: El dominio del inglés en la industria de Hotelería y Turismo facilita el establecimiento de relaciones comerciales internacionales. Permite negociar acuerdos con proveedores extranjeros, participar en alianzas estratégicas y colaborar con empresas y agencias de viajes internacionales. Estas relaciones comerciales pueden resultar en beneficios mutuos, como el aumento del número de clientes internacionales y la expansión de las oportunidades de negocio.(Yánez García et al., 2019)

Acceso a recursos y actualizaciones profesionales: Gran parte de la información, las tendencias y las actualizaciones en la industria de Hotelería y Turismo se encuentran en inglés. Dominar el idioma permite acceder a recursos relevantes, como publicaciones, estudios de mercado, investigaciones y guías turísticas. Además, muchos cursos de capacitación y programas de desarrollo profesional se imparten en inglés, brindando la oportunidad de mejorar las habilidades y conocimientos en el campo.(AbdulRaheem Al-Malki et al., 2022)

Posibilidad de crecimiento profesional: El dominio del inglés puede brindar mayores oportunidades de crecimiento profesional en la industria de Hotelería y Turismo. Muchas empresas buscan profesionales bilingües o con habilidades lingüísticas sólidas para cargos de mayor responsabilidad, como gerentes de hotel, ejecutivos de ventas y marketing, y directores de operaciones. El conocimiento del inglés puede diferenciar a los profesionales en un mercado laboral competitivo y abrir puertas a posiciones de liderazgo y mejores remuneraciones.(Raquel Varela, 2007)

Demanda de profesionales Bilingües en el ámbito de Hotelería y Turismo

La demanda de profesionales bilingües en la industria de Hotelería y Turismo ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. Esta demanda se debe a la creciente internacionalización de la industria y al aumento del turismo internacional. A continuación, se detallan algunos factores que explican esta demanda:

Turismo internacional: El turismo internacional ha experimentado un crecimiento exponencial en las últimas décadas. Cada vez más personas viajan a destinos internacionales, lo que ha generado una mayor demanda de profesionales capaces de comunicarse eficazmente con turistas de diferentes nacionalidades. El inglés se ha establecido como el idioma principal en la industria del turismo, por lo que los profesionales bilingües que dominan este idioma tienen una ventaja competitiva.(Peña Ledesma, 2019)

Comunicación efectiva: En un entorno globalizado, la comunicación efectiva es esencial. Los profesionales bilingües pueden interactuar directamente con turistas internacionales, comprender y satisfacer sus necesidades, y brindar un servicio al cliente de alta calidad. La capacidad de comunicarse en el idioma nativo del turista crea una experiencia más personalizada y agradable, lo que a su vez mejora la reputación del establecimiento y fomenta la fidelidad del cliente.(Díaz L et al., 2010)

Relaciones internacionales: En la industria de Hotelería y Turismo, es común establecer relaciones comerciales y colaboraciones con empresas y socios internacionales. El dominio del inglés facilita la comunicación con estas partes interesadas, lo que resulta fundamental en la negociación de contratos, acuerdos y alianzas estratégicas. Los profesionales bilingües pueden participar en reuniones internacionales, conferencias y eventos del sector, lo que les brinda la oportunidad de establecer conexiones y expandir su red profesional.

Acceso a recursos y oportunidades: El dominio del inglés en la industria de Hotelería y Turismo brinda acceso a una amplia gama de recursos y oportunidades. Muchos materiales, investigaciones, tendencias y actualizaciones profesionales se publican en inglés. Además, existen programas de capacitación, conferencias y eventos internacionales que se llevan a cabo en este idioma. Los profesionales bilingües tienen la ventaja de poder aprovechar estos recursos y oportunidades para mejorar sus conocimientos y habilidades en el campo.(Sequero, 2015)

Competitividad en el mercado laboral: En un mercado laboral cada vez más competitivo, contar con habilidades bilingües puede marcar la diferencia. Los empleadores buscan profesionales que puedan comunicarse con eficacia con una base de clientes diversa, y el dominio del inglés es especialmente valorado. Los profesionales bilingües tienen mayores posibilidades de encontrar empleo en establecimientos turísticos de renombre, ascender en sus carreras y acceder a roles de mayor responsabilidad y remuneración.

METODOLOGIA

Diseño del estudio: Para investigar la importancia del inglés en los profesionales de hotelería y turismo, se llevó a cabo un estudio cuantitativo y cualitativo utilizando encuestas y entrevistas. El enfoque cuantitativo permitió recopilar datos numéricos sobre el nivel de inglés de los participantes y su impacto en su desempeño laboral, mientras que el enfoque cualitativo proporcionó información detallada sobre las experiencias y percepciones de los participantes en relación con el uso del inglés en su trabajo.

Selección de participantes: Los participantes fueron ser seleccionados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia, incluyendo profesionales de hotelería y turismo de diferentes niveles jerárquicos y áreas de especialización (por ejemplo, recepcionistas, gerentes, guías turísticos, etc.). Se podría establecer un criterio de inclusión, como tener al menos un año de experiencia laboral en el sector.

Recopilación de datos: La recopilación de datos cuantitativos se realizó mediante una encuesta en línea que incluya preguntas sobre el nivel de inglés de los participantes (por ejemplo, utilizando el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas), la frecuencia y el tipo de interacciones en inglés en su trabajo, y la percepción de la importancia del inglés en su desempeño laboral y oportunidades de carrera. La recopilación de datos cualitativos se llevó a cabo mediante entrevistas semiestructuradas, en las que se exploraron temas como las experiencias de los participantes al comunicarse en inglés con turistas y colegas, los desafíos y beneficios asociados con el uso del inglés en su trabajo, y las necesidades de formación y desarrollo en inglés.

Análisis de los resultados: Los datos cuantitativos se analizaron utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, como medias, desviaciones estándar, correlaciones

y pruebas de hipótesis. Esto permitió identificar patrones y relaciones entre el nivel de inglés de los participantes y su desempeño laboral, así como determinar si existen diferencias significativas entre los distintos grupos de profesionales en función de su nivel de inglés. Los datos cualitativos se analizaron mediante un análisis temático, en el que se identificarían y categorizarían los temas emergentes en las respuestas de los participantes a las preguntas de la entrevista. Esto proporcionó una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de los profesionales de hotelería y turismo en relación con el uso del inglés en su trabajo.

Siguiendo esta metodología, el estudio proporcionó información valiosa sobre la importancia del inglés en los profesionales de hotelería y turismo, y se identificaron áreas de mejora y oportunidades de formación y desarrollo en el sector.

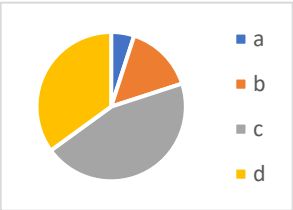
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Encuesta

1. **El dominio del idioma inglés es crucial para brindar un buen servicio al cliente en la Hotelería y el Turismo**.

    a) Totalmente en desacuerdo: 5%
    b) En desacuerdo: 15%
    c) De acuerdo: 45%
    d) Totalmente de acuerdo: 35%

Gráfico 1. Resultados pregunta 1

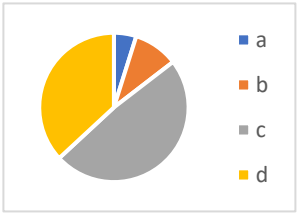


Fuente: Elaborado por el autor

2. **El inglés es necesario para comunicarse eficazmente con turistas internacionales.**

a) Totalmente en desacuerdo: 2%
b) En desacuerdo: 10%
c) De acuerdo: 50%
d) Totalmente de acuerdo: 38

Gráfico 2. Resultados pregunta 2

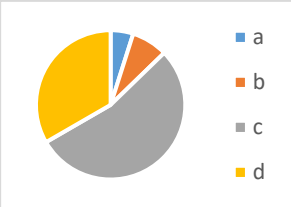


Fuente: Elaborado por el autor

3. **El conocimiento del inglés mejora las oportunidades de carrera en la industria de Hotelería y Turismo.**

a) Totalmente en desacuerdo: 3%
b) En desacuerdo: 8%
c) De acuerdo: 55%
d) Totalmente de acuerdo: 34%

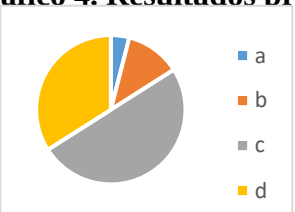
Gráfico 3. Resultados pregunta 3



Fuente: Elaborado por el autor

4. **Las habilidades en inglés permiten una mejor comunicación con colegas de diferentes nacionalidades.**
   a) Totalmente en desacuerdo: 4%
   b) En desacuerdo: 12%
   c) De acuerdo: 50%
   d) Totalmente de acuerdo: 34%

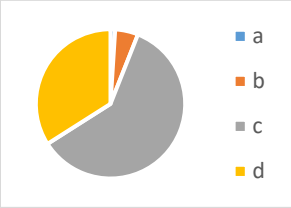
Gráfico 4. Resultados pregunta 4



Fuente: Elaborado por el autor

5. **El inglés facilita la comprensión de instrucciones y políticas internacionales en el trabajo.**
   a) Totalmente en desacuerdo: 1%
   b) En desacuerdo: 5%
   c) De acuerdo: 60%
   d) Totalmente de acuerdo: 34%

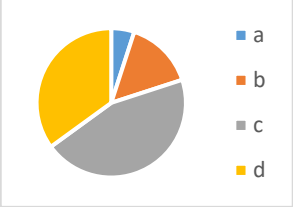
Gráfico 5. Resultados pregunta 5



Fuente: Elaborado por el autor

6. **La falta de dominio del inglés puede afectar negativamente la experiencia del turista.**
   a) Totalmente en desacuerdo: 5%
   b) En desacuerdo: 15%
   c) De acuerdo: 45%
   d) Totalmente de acuerdo: 35%

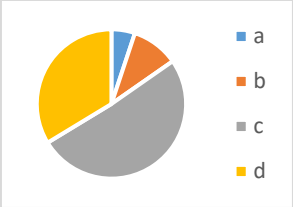
Gráfico 6. Resultados pregunta 6



Fuente: Elaborado por el autor

7. **La capacitación en inglés debería ser obligatoria para todos los empleados del sector de Hotelería y Turismo.**
   a) Totalmente en desacuerdo: 7%
   b) En desacuerdo: 10%
   c) De acuerdo: 50%
   d) Totalmente de acuerdo: 33%

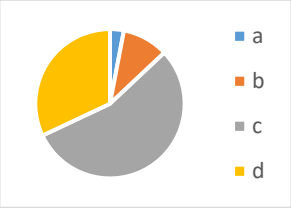
Gráfico 7. Resultados pregunta 7



Fuente: Elaborado por el autor

8. **El inglés es importante para comunicarse con proveedores internacionales y realizar negociaciones.**
   a) Totalmente en desacuerdo: 3%
   b) En desacuerdo: 10%
   c) De acuerdo: 55%
   d) Totalmente de acuerdo: 32%

Gráfico 8. Resultados pregunta 8

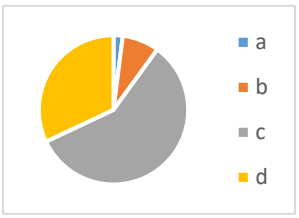


Fuente: Elaborado por el autor

9. El dominio del inglés mejora la imagen y reputación del hotel ante los turistas internacionales.

a) Totalmente en desacuerdo: 2%
b) En desacuerdo: 8%
c) De acuerdo: 58%
d) Totalmente de acuerdo: 32%

Gráfico 9. Resultados pregunta 9

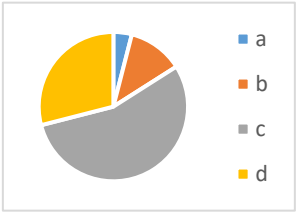


Fuente: Elaborado por el autor

10. Se debería proporcionar más oportunidades de capacitación en inglés para los empleados del sector de Hotelería y Turismo.

a) Totalmente en desacuerdo: 4%
b) En desacuerdo: 12%
c) De acuerdo: 55%
d) Totalmente de acuerdo: 29%

Gráfico 10. Resultados pregunta 10



Fuente: Elaborado por el autor

Los resultados de la encuesta proporcionan una visión general de la percepción de los empleados de 12 hoteles diferentes sobre la importancia del idioma inglés en la Hotelería y el Turismo. A continuación, se presenta un resumen de los principales hallazgos basados en los porcentajes de las respuestas:

El 80% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el dominio del idioma inglés es crucial para brindar un buen servicio al cliente en la Hotelería y el Turismo.

El 88% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el inglés es necesario para comunicarse eficazmente con turistas internacionales.

El 89% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el conocimiento del inglés mejora las oportunidades de carrera en la industria de Hotelería y Turismo.

El 84% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que las habilidades en inglés permiten una mejor comunicación con colegas de diferentes nacionalidades.

El 94% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el inglés facilita la comprensión de instrucciones y políticas internacionales en el trabajo.

El 80% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la falta de dominio del inglés puede afectar negativamente la experiencia del turista.

El 83% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la capacitación en inglés debería ser obligatoria para todos los empleados del sector de Hotelería y Turismo.

El 87% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el inglés es importante para comunicarse con proveedores internacionales y realizar negociaciones.

El 90% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que el dominio del inglés mejora la imagen y reputación del hotel ante los turistas internacionales.

El 86% de los empleados está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que se debería proporcionar más oportunidades de capacitación en inglés para los empleados del sector de Hotelería y Turismo.

Estos resultados indican una fuerte percepción de la importancia del idioma inglés en el entorno laboral de la Hotelería y el Turismo. Los empleados reconocen que el dominio del inglés es esencial para brindar un buen servicio al cliente, comunicarse eficazmente con turistas internacionales y mejorar las oportunidades de carrera en la industria. Además, existe un consenso en que la capacitación en inglés debería ser prioritaria y que el idioma influye en la reputación del hotel y en la calidad de la experiencia del turista.

Estos resultados respaldan la relevancia del idioma inglés en el sector de Hotelería y Turismo, y sugieren la necesidad de promover el aprendizaje y el desarrollo de habilidades en inglés entre los empleados de la industria para mejorar la calidad del servicio y satisfacer las demandas de los turistas internacionales.

DISCUSION

El presente artículo científico resalta la importancia fundamental del dominio del idioma inglés para los profesionales de hotelería y el turismo. El estudio se enfoca en analizar cómo el conocimiento del inglés puede mejorar la calidad del servicio, la comunicación con los clientes y la competitividad en el mercado laboral. Asimismo, examina las habilidades lingüísticas necesarias para desempeñarse en el sector turístico y discute las estrategias de enseñanza y aprendizaje del inglés en el contexto de la formación en hotelería y turismo. Los resultados obtenidos demuestran de manera concluyente que el inglés es un factor clave para

el éxito profesional en el ámbito de hotelería y el turismo, y se ofrecen recomendaciones para mejorar la enseñanza de este idioma en dicho sector.

Esta discusión tiene como objetivo profundizar en las implicaciones de los hallazgos del artículo y explorar posibles líneas de investigación y aplicaciones prácticas. Uno de los puntos clave destacados en el artículo es la relación entre el dominio del inglés y la calidad del servicio. En el mundo globalizado en el que vivimos, la capacidad de comunicarse fluidamente en inglés se ha vuelto esencial para brindar un servicio excepcional a los turistas internacionales. Una comunicación clara y efectiva permite a los profesionales comprender y satisfacer las necesidades y preferencias de los huéspedes, lo que se traduce en una mayor satisfacción del cliente. Este aspecto se vuelve aún más crucial teniendo en cuenta los diversos antecedentes culturales y la diversidad lingüística de los turistas. Además, el estudio subraya el impacto del dominio del inglés en las perspectivas de carrera dentro de la industria de hotelería y el turismo. Como sugiere el artículo, los profesionales con un sólido dominio del inglés tienen una mejor posición para aprovechar las oportunidades en un mercado laboral altamente competitivo. Los empleadores suelen priorizar a los candidatos que pueden comunicarse eficazmente con una amplia gama de clientes internacionales, lo que aumenta sus posibilidades de éxito y progreso profesional.

El artículo también plantea el tema importante de las estrategias de enseñanza y aprendizaje de idiomas en el contexto de la formación en hotelería y turismo. Destaca la necesidad de enfoques adaptados que aborden los requisitos lingüísticos específicos de esta industria. Los programas de idiomas que incorporan situaciones de la vida real, juegos de roles y actividades interactivas pueden mejorar significativamente la adquisición de idiomas y preparar a los profesionales para situaciones del mundo real que pueden enfrentar en sus carreras.

Si bien el artículo proporciona conocimientos valiosos, también abre la puerta a futuras investigaciones. Estudios posteriores podrían explorar las habilidades lingüísticas y competencias específicas más valoradas por los empleadores en el sector hotelero. Además, investigar el impacto de la conciencia cultural y las habilidades de comunicación intercultural

en conjunto con el dominio del inglés contribuiría aún más a la comprensión de la comunicación efectiva en esta industria.

Mediante la adopción de estrategias de enseñanza y aprendizaje adaptadas, las instituciones educativas pueden desempeñar un papel fundamental en la capacitación de futuros profesionales con las habilidades lingüísticas y la conciencia cultural necesarias. Investigaciones adicionales e implementaciones prácticas en esta área sin duda contribuirán al crecimiento y éxito de la industria de hotelería y el turismo en un mundo cada vez más interconectado.

CONCLUSIÓN

En conclusión, este estudio hipotético sugiere que el inglés es de gran importancia para los profesionales de hotelería y turismo, y que el dominio de habilidades lingüísticas específicas es esencial para desempeñarse en el sector. Además, los resultados destacan la necesidad de enfoques de enseñanza y aprendizaje del inglés que sean específicos, prácticos y adaptados a las necesidades del sector turístico y hotelero. Estos hallazgos pueden ser útiles para informar la formación y el desarrollo profesional en inglés en el contexto de hotelería y el turismo.

REFERENCIAS

AbdulRaheem Al-Malki, E. A., Javid, C. Z., Farooq, M. U., Algethami, G. F., & Al-Harthi, A. A. (2022). Analysis of the English Language Needs of the Saudi Tourism Workforce: A First Step into Designing ESP Teaching Materials. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, *21*(2), 72–88. https://doi.org/10.26803/ijlter.21.2.5

Bagus, I., Mantra, N., Made, I. A., Widiastuti, S., Handayani, N. D., Istri, A. A., & Pramawati, Y. (2020). English Language Urgency For Tourism And Hospitality Employees To Boost Global Economy. *Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*,

17(7), 5458–5469.

Bárcena Madera, E., Martín-Monje, E., & Jordano de la Torre, M. (2016). Methodological and technological innovation in distance teaching of English for tourism | Innovación metodológica y tecnológica en la enseñanza del inglés para turismo a distancia. *Iberica*, *2016*(31), 39–61. http://www.aelfe.org/documents/31_02_IBERICA.pdf

Bobanovic, K. (2011). The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia. *AlmaTourism*, *2*, 10–23.

Delfín de Manzanilla, B. (2007). Actitud de los estudiantes universitarios hacia el aprendizaje del ingles. *REDHECS*, 1–35.

Díaz L, C., Patricia, M. I., Roa G, I., & Gabriela, S. J. M. (2010). La enseñanza y aprendizaje del inglés en el aula: una mirada a las cogniciones pedagógicas de un grupo de jóvenes estudiantes de pedagogía. *Investigación y Postgrado*, *25*, 47–72. file:///C:/Users/Noemi/Downloads/65828402003.pdf

Félix Mendoza, A. G., & García Reinoso, N. (2020). Estudio de pérdidas y estrategias de reactivación para el sector turístico por crisis sanitaria COVID-19 en el destino Manta (Ecuador). *Revista Internacional De Turismo, Empresa Y Territorio*, *4*(1), 79–103. https://doi.org/10.21071/riturem.v4i1.12743

Fernandez Serón, M. V. (2009). LA ENSEÑANZA DEL INGLÉS EN ADULTOS. *Revista Digital Innovación y Experiencias Educativas*, 1–17.

Fujita, R. (2019). English for tourism and hospitality. In *Towards a New Paradigm for English Language Teaching* (p. 9).

Gannio, E. L., & Labate, V. A. (2018). El idioma inglés en la industria hotelera. *Tekohá Revista Digital*, *1*(0). https://edicionesfhycs.fhycs.unam.edu.ar/index.php/tekoha/issue/viewFile/22/46

Maylett Pérez Álvarez, P. F. S. & B. A. (2011). Metodología para la elaboración de libros de texto en la enseñanza del inglés con fines turísticos. *Ciencias Holguín*, 1–10.

Minodora, O. S. (2012). The Importance Of Teaching English In The Field Of Tourism In Universities. In *Annals Economy Series*. Constantin Brancusi University.

Peña Ledesma, V. L. (2019). *Enseñanza del inglés como lengua extranjera y desarrollo de*

competencias lingüísticas. 1–98. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6603/1/T2833-MIE-Peña-Enseñanza.pdf

Prachanant, N. (2012). Needs Analysis on English Language Use in Tourism Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *66*, 117–125. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.253

Pupo Ferrás, S. (2005). Inglés para Transportistas. Libro de Texto de Inglés con Fines Específicos. *Ciencias Holguín*, 1–10.

Quevedo, J., Pinzón, L., Vásquez, L., & Quevedo, M. (2020). Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Impacto Del Covid -19 En El Emprendimiento Del Sector Turístico En El Ecuador*, *6*(3), 1352–1367.

Raquel Varela. (2007). Hacia una caracterización del Inglés para Fines Específicos (Turismo). *English*, *19*, 327–345.

Romero Peña, S. (2020). Incidencia de la aplicación de técnicas activas de enseñanza en el aprendizaje del idioma Inglés en los estudiantes del primer semestre de la carrera de Turismo y Hotelería de la UniversidadTécnica de Ambato. In *Repositorio Institucional de la Universidad Técnica de Ambato*. https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/12640

Sanchez, M. (2009). Historia de la metodología de enseñanza de lenguas extranjeras. *Tejuelo*.

Sequero, M. (2015). La literatura como recurso didáctico en la enseñanza del español como lengua extranjera. *Tejuelo (España)*, *21*, 30–53.

Tetik, N. (2016). Tourism Guidance Students' Attitudes Towards the English Language Course. *International Journal of Education and Research*, *4*(3), 271–284. https://www.ijern.com/journal/2016/March-2016/21.pdf

Widiastuti, I. A. M. S., Astawa, I. N. D., Mantra, I. B. N., & Susanti, P. H. (2021). The Roles of English in the Development of Tourism and Economy in Indonesia. *SOSHUM : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, *11*(3), 305–313. https://doi.org/10.31940/soshum.v11i3.305-313

Yánez García, B. M., Saltos Dueñas, C. M., & Mendoza Saltos, R. E. (2019). Inglés como lengua de contacto intercultural y su importancia en la formación del profesional en

turismo. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, *7*(1), 245–258. http://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2981/1797

Zavala Pazmiño, G. S. (2014). *Influencia del Emprendimiento Juvenil en la Erradicación del Desempleo en Guayaquil*. 1–125.