# La expresión oral en idioma inglés para la innovación y desarrollo de paquetes turísticos

# The oral speaking in English language for the innovation and the development of touristic packages

**AUTORES:** Fundora Ramírez, Patricia [1]
Reiné Herrera, Yaumary [2]
Gourriel Malagón, Alloyh [3]
Fariñas Hernández, Dania Del Carmen [4]

**Dirección para correspondencia:** patriciafundora81@gmail.com
**Fecha de recepción:** octubre 27, 2024
**Fecha de aceptación:** 09 de enero 2025
**DOI:** https://doi.org/10.61154/mrcm.v11i1.3751

## RESUMEN

Las empresas turísticas enfrentan un escenario en el siglo XXI que se caracteriza por una intensa competencia, resultado de los procesos de mundialización de la economía, los rápidos cambios en el contexto y la valoración del conocimiento. El dominar el idioma inglés dentro del manejo de los paquetes turísticos responde a una propuesta de comercialización y promoción necesaria. Se define como objetivo de este trabajo: explicar el trabajo de la expresión oral en idioma inglés para la innovación y desarrollo de paquetes turísticos en los trabajadores artemiseños de este sector. Entre los métodos del nivel teórico se emplearon: analítico-sintético, inductivo-deductivo, histórico-lógico, sistematización y sistémico- estructural- funcional, dentro de los métodos empíricos se utilizó la prueba pedagógica y el análisis documental, además se

[1]Licenciada en Educación especialidad Lengua Inglesa, Máster en Ciencias de la Educación, Profesora Auxiliar, profesora, Departamento Lenguas Extranjeras, Facultad Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Artemisa, Artemisa, Cuba. E-mail: patriciafundora81@gmail.com , https://orcid.org/0009-0004-5770-7565
[2]Licenciada en Educación especialidad Español-Literatura, Máster en Ciencias de la Educación, Profesora Auxiliar, Doctora en Ciencias Pedagógicas, profesora, Departamento Español- Literatura, Facultad Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Artemisa, Artemisa, Cuba. E-mail: yaumarireineherrera@gmail.com , https://orcid.org/0000-0001-9882-3256
[3]Licenciado en Educación especialidad Lengua Inglesa Profesor Asistente, Jefe de Departamento Lenguas Extranjeras, Departamento Lenguas Extranjeras, Facultad Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Artemisa, Artemisa, Cuba. E-mail: alloyhgm@gmail.com, https://orcid.org/0000-0003-2217-0855
[4] Licenciada en Educación especialidad Lengua Inglesa, Máster en Ciencias de la Educación, Profesora Auxiliar, profesora, Departamento Lenguas Extranjeras, Facultad Ciencias Sociales y Humanísticas, Universidad de Artemisa, Artemisa, Cuba. E-mail: daniafh.@uart.edu.cu, https://orcid.org/0009-0007-1358-3582

aplicaron métodos estadístico-matemáticos. La creación de un producto turístico demostró la sensibilización del mercado y participación del mismo en pro de concretar el objetivo de la creación del producto y el uso del idioma inglés. Los trabajadores del turismo, en su interacción con clientes, no solo necesitaron ser competentes desde el punto de vista lingüístico, sino también evidenciaron competencia estratégica para transmitir el mensaje y poder responder adecuadamente según las funciones comunicativas presentes en la situación dada.

**PALABRAS CLAVE:** Expresión oral; idioma inglés; innovación; turismo; desarrollo comunitario. (Tesauro de la UNESCO)

## ABSTRACT

The scenery of XXI century that faces the touristic companies is characterized by intensive competence; it is the result of world economic problems, the fast changes in the context and the appreciation of the knowledge. The domain of English language inside the touristic packages responds to a commercialization and promotion. This work defines as objective: to explain the oral expression in English language for the innovation and the development of touristic packages in Artemisian tourism workers. Theoretical methods were applied such as: historical-logical, analytic- synthetic, inductive- deductive, systematization and systemically, structural and functional ones, among the empirical methods it was used the pedagogical test and documental analysis, besides; it was applied statistical- mathematical methods. This study was made using a qualitative perspective. The creation of a touristic product demonstrated the sensibilization of the market and the participation of it to concrete the objective of the creation of a product and the use of English language. The tourism workers, in their interaction with the costumers do not only need to be qualified according to the linguistically point, they should evidence strategically competence to transmit the message and they can answer in a good way according to the communicative functions presented in a situation given.

**KEYWORDS:** Oral expression; English language; innovation; Tourism; Community development. (UNESCO Thesauri)

## INTRODUCCIÓN.

Innovar es una cualidad del ser humano. En la actualidad la innovación está presente en cualquier esfera profesional o disciplina científica. Innovar significa solucionar condiciones adversas y enfrentar lo desconocido. El hombre en su cambio tecnológico de manera natural busca ser más competitivo en las formas de realizar sus acciones y en los resultados que debe obtener, sobre todo ante un mercado totalmente cambiante y que cada día se expande, como es el mercado turístico (García et. al., 2021).

Durante el siglo XXI, las empresas turísticas han enfrentado desafíos cada vez mayores, que, como resultado de los procesos de mundialización de la economía, se caracterizan por ser cada vez más innovadores con mayor demanda de competencias y asimilación de los cambios contextuales en las decisiones y solución de conflictos. En el sector turístico, la dinámica que refleja la cadena productiva se dirige a un constante replanteamiento innovador de las funciones que deben ejercer cada uno de los obreros de esta industria para afrontar exitosamente los constantes y novedosos retos (Del Toro y Jiménez, 2023).

El turismo es una de las actividades económicas que más se extiende en la actualidad porque incide en la economía de muchos países, puesto que se trata de un sector que se ajusta a las demandas del mundo globalizado y a las innovaciones tecnológicas en el área comunicativa. Por otra parte, esta actividad es capaz de ofrecer empleo a una serie de profesionales con diferentes formaciones universitaria. Sin embargo, todos deberán tener habilidades para trabajar en la prestación de servicios a partir de los atractivos turísticos naturales y culturales del lugar (Rodrígues et. al., 2023).

De la cantidad de empresas, destinos, establecimientos y profesionales que concurren en la industria turística, que comparten un mismo fin, se deriva la necesidad de unión. Es decir, que mediante la elección de los clientes se hace necesario comercializar y ofertar servicios y productos de manera eficiente en el que los objetivos propuestos se asuman como comunes. A diferencia de otros sectores el turismo produce y vende servicios (Pavón, 2023).

El escenario actual del turismo responde a las necesidades de clientes cada vez más exigentes y sofisticados; por ello, la innovación se está tornando en una cuestión fundamental para el crecimiento y el desarrollo a nivel corporativo, puesto que esta demanda de innovación es fuerza motora del desarrollo y posibilidad desventajas competitivas. De esta manera la innovación permite el desarrollo y está presente como característica innata de la sociedad humana actual.

La humanidad vive actualmente en la era de las ventajas de las comunicaciones y las relaciones globales. Gracias al intercambio que se establece entre individuos de diferentes culturas es posible lograr nuevos niveles de contacto entre turistas foráneos y profesionales del turismo. En este contexto, urge incidir en la conciencia mundial para que las relaciones admitan la

diversidad de intereses y la necesidad de entendimiento por medio de la cooperación mutua y la comunicación (Morales, 2023).

El turismo ofrece la posibilidad de demostrar el patrimonio intangible de una sociedad. Revela y revitaliza el interés de una comunidad por su cultura, que es capaz de expresar de manera oral leyendas, mitos y tradiciones autóctonas, con lo que ofrecen una visión enraizada de su identidad cultural. La incidencia de esas expresiones orales es una forma de proteger la identidad cultural de un pueblo (Cascante, 2021).

Actualmente, se ha enfatizado en la necesidad del conocimiento de alguna lengua extranjera o lengua añadida, desde diferentes necesidades y retos de los profesionales actuales, como parte del intercambio entre los pueblos. El aprendizaje del idioma inglés, fundamentalmente, supone casi una circunstancia obligatoria para el éxito en áreas claves de la economía, entre ellos, el comercio y el turismo. Para el profesional del sector turístico constituye un instrumento sumamente necesario el uso del idioma de intercambio para la gestión y promoción de la actividad y los servicios turísticos en cualquiera de las empresas que se relacionen con esta actividad, bien sea de alojamiento, alimentación, transporte u otras. Por tanto, es un objetivo perenne perfeccionar la comunicación efectiva por vía oral en inglés, con patrones de pronunciación que faciliten la comunicación entre hablantes (Quevedo, 2002) y que permita alcanzar los propósitos comunicativos desde un proceso de enseñanza-aprendizaje (PEA) capaz de crear conocimientos, hábitos, habilidades y valores, que distingan la calidad de los servicios a los clientes que accedan como turistas a las instalaciones mediante esa formación comunicativa en inglés en cada profesional como herramienta de trabajo necesaria para el logro de este fin (Buduen, Fonseca y Escalona, 2024).

La oferta turística contemporánea requiere combinar efectivamente los servicios y productos que ofrece a los clientes y visitantes en las giras turísticas. El fin máximo que se persigue con una oferta turística es satisfacer al consumidor; o sea, al turista. Por lo tanto, cuando se planifica y desarrolla el paquete de servicios, se debe identificar aquellas necesidades reales del turista para qué en esa base se oriente la oferta que se necesita como plantean Naranjo y Martínez (2022) "Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia" (pág. 406), es decir, el éxito de una empresa turística depende de lo que oferte y cómo la diferenciación, diversificación y singularidad de su oferta turística se logra.

El manejo de los paquetes turísticos responde a la administración de la comunidad turística, de igual manera la propuesta de comercialización y promoción debe procurar conocimientos actuales y novedosos sobre las nuevas técnicas y métodos eficientes de trabajo.

Los paquetes turísticos no se pueden definir en un solo concepto sino en la interrelación de varios elementos clave como son: atractivos turísticos, destino turístico, desarrollo turístico sostenible, estrategia de comercialización, experiencia turística, intermediarios, turismo, *pax* y producto turístico Solano (2021). Según Fratucci (2020) cuando se crea un paquete turístico se parte de identificar y seleccionar los recursos, los cuales deben tener la aprobación previa de la Organización Mundial del Turismo (OMT), para que sean capaces de cautivar a los visitantes. Esa etapa primera es clave para ofrecer una planeación segura del recurso que será convertido en atractivo turístico y por ende en una innovación para el consumo del cliente y la prestación del servicio.

La fuerza laboral turística está vinculada con la formación profesional. En dicha formación se destaca el uso de la tecnología de la información y las comunicaciones y la presencia de una fuerza laboral joven que asimila y domina varias lenguas. Los jóvenes destacan en el uso comunicativo para informarse, aprender y relacionarse. En estas acciones y otras acciones el individuo se hace cada vez más social y se inserta en su comunidad para participar en ella y de manera creativa transformarla (Reiné y Fundora, 2022).

Esto da la medida que los autores del presente artículo consideren sumamente importante la creación de un producto turístico que facilite la sensibilización del personal relacionada con esta industria para que participe en las definiciones del mercado, en aras de alcanzar su objetivo y ofrecer un producto de calidad mediante el uso del inglés oral.

Keymeulen y Goethals (2018), destacan que el profesional del turismo debe ser competente en el uso oral del idioma con una presentación coherente de ideas, un reflejo apropiado de la gramática del inglés, una pronunciación aceptable y habilidades blandas como la escucha activa y la empatía para poder interactuar con varios interlocutores y satisfacer sus demandas.

Aunque en el mundo actual se plantea la enseñanza de lenguas extranjeras como una oportunidad para el desarrollo turístico, cada vez se asume con mayor énfasis la idea de una lengua de intercambio internacional en que los conocimientos lingüísticos sean especializados para los profesionales, pero con mayor entendimiento cultural (Quevedo, García, & Cañizares, 2022) y evitando los malentendidos culturales (Fundora, 2024). Esa idea de entendimiento cultural ha de llevar a los profesionales a una mejor interpretación de los puntos de vista para la comunicación con sus clientes.

El desarrollo del turismo en Cuba exige que también se preparen sus recursos humanos, por ello la formación y superación en idioma inglés es una exigencia para el desempeño del profesional de la industria turística, por lo que hay especial atención hacia la formación y

superación de sus dirigentes y trabajadores en esa especialidad como en otras que responden a las necesidades de los servicios hoteleros y turísticos, con alta calidad, desempeño competente, y suficiente capacidad para enfrentar los cambios de la actividad con creatividad y sentido de pertenencia al sector y a su país (MINTUR, 2006).

El léxico turístico se refiere a un conjunto de términos y expresiones específicas utilizadas para describir servicios, instalaciones y experiencias relacionadas con el turismo y la hospitalidad. Conocer el inglés en el turismo implica dominar el léxico para intercambiar esos términos y en consecuencia responder a la evolución del sector turístico y las características de esa lengua con características propias dentro de esa especialidad (Rimada, 2023).

La provincia Artemisa, aunque destaca por su variedad de paisajes y otras múltiples propuestas de naturaleza, conocida por su cultura ambientalista, es una de las menos desarrolladas en el sector del turismo, ya que: carece de propuestas que desde el plano científico diagnostiquen la situación actual de las capacidades del sector y de la población en general, en materia de habilidades orales en idioma inglés que sirvan de soporte a los proyectos de paquetes turísticos y existen dificultades para que los trabajadores del turismo certifiquen niveles de dominio del idioma inglés según las exigencias del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas ( MCERL) por lo que debilita las potencialidades que puede ofrecer el paquete turístico. Lo planteado conduce a potenciar el sector del turismo en la provincia Artemisa, fomentando el vínculo universidad-empresa por lo que se define como objetivo de esta investigación: explicar el trabajo de la expresión oral en idioma inglés para la innovación y desarrollo de paquetes turísticos en los trabajadores artemiseños de este sector.

## MÉTODOS

La metodología aplicada en la investigación fue desarrollada en dos etapas: la primera de carácter cuantitativo y la segunda cualitativa tomando en cuenta rasgos de la expresión oral y los paquetes turísticos. Se consideraron algunos criterios que garantizaron la objetividad, veracidad y consistencia del proceso investigativo.

Entre los métodos del nivel teórico, se necesitó emplear el analítico-sintético, el inductivo-deductivo, el histórico-lógico, la sistematización y también el sistémico- estructural- funcional. Como métodos empíricos, se empleó el estudio documental y la prueba pedagógica para examinar y recopilar información de los documentos normativos claves que se tuvieron en estimación y reflexión para el diseño de esta investigación. Durante el proceso, se consideraron tres dimensiones: la teórica, la metodológica y la práctica. La inicial, concordada con los

referentes teórico-metodológicos que la sustentaban, y base en la elaboración de los fundamentos y el aparato teórico-cognitivo. En la dimensión metodológica se particularizó el aparato instrumental, las premisas para la implementación de la metodología, los rasgos fundamentales, la concepción de las etapas, los pasos a seguir en cada uno y el proceder metodológico (Reiné y Fundora, 2022).

Para el procesamiento de la información se emplearon diferentes instrumentos acordes con los métodos empíricos qué propone investigadores como Cerezal y Fiallo (2002), Para de esta forma analizar la prueba pedagógica en su momento inicial y final, y establecer la comparación con ambos resultados sobre un tema en particular a partir de sus aspectos medibles (Mosteiro-García y Porto- Castro, 2017).

La población estuvo compuesta por trabajadores del sector turístico artemiseño. Valorando que la población como es un conjunto de dos ó más elementos que comparten al menos una característica o propiedad común fue tenida en cuenta por los investigadores durante el desarrollo del trabajo investigativo. La muestra estuvo conformada por 85 trabajadores. Esta fue seleccionada por conveniencia ya que poseen las características representativas de toda la población, lo que permitió economizar el tiempo y profundizar en el trabajo con ella como plantea Lanuez y otros (2008).

En la operacionalización de las variables se precisaron cómo fundamentales las siguientes: el trabajo de la expresión oral en idioma inglés y los paquetes turísticos.

En la primera, el trabajo de la expresión oral en idioma inglés para la innovación y desarrollo de paquetes turísticos se precisaron los siguientes niveles de logro de indicadores que potenciaron la segunda variable, la cual se concretó en la realización de las actividades y servicios del sector con eficiencia con el uso del idioma inglés:

Niveles descendentes del grado de adecuación:

Nivel I: Los trabajadores responden correctamente el 90% o más de las tareas.

Nivel II: Los trabajadores responden correctamente entre el 70% y el 89% de las tareas establecidas.

Nivel III: Los trabajadores responden acertadamente entre el 50% y 69% de las tareas estipuladas.

Nivel IV: Los trabajadores reconocen menos del 50% de las tareas correctamente.

Entre los métodos estadísticos se trabajó con la estadística descriptiva, la cual posibilitó la cuantificación y comparación de los resultados arrojados de los instrumentos aplicados. Se

empleó como procedimiento el análisis porcentual. Asimismo, se empleó la estadística inferencial para realizar inferencias y generalizar los resultados obtenidos.

## RESULTADOS

Para realizar la investigación se analizó el programa de posgrado Inglés Básico con fines específicos. Se trabajó en los objetivos, con los contenidos a impartir, y se precisaron los métodos y medios a utilizar. Luego se valoró la incidencia innovadora que tiene ese programa y se adaptó a su posibilidad para el sector turístico. De esa forma, la dinámica productiva en el sector se orientó al replanteamiento duradero de las funciones innovadoras que tiene la capacitación en cada obrero y directivo de esta industria para afrontar exitosamente los constantes y novedosos retos con creatividad y soluciones innovadoras.

En la actualidad el turismo se ha dirigido con mucha fuerza a replantear su labor a partir de la innovación para el desarrollo sostenible (Arroyo y Jalil, 2019) o mediante la creación de posibilidades turísticas basadas en el ecoturismo y el etnoturismo (Sánchez et al, 2020) como parte de la preservación, cuidado e incorporación de las riquezas naturales y culturales de los diferentes sitios de potencial turístico.

Esta investigación tomo como punto de partida esos logros y se encausó a facilitar también herramientas comunicativas a la fuerza productiva del sector, sobre todo a partir de los avances en la concepción metodológica actual en la enseñanza y el aprendizaje del inglés para los trabajadores del sector turístico en obtención de niveles de eficiencia comunicativa.

La propuesta de posgrado de Inglés Básico con fines específicos fue innovadora toda vez que se planteó asumir los objetivos actuales de las universidades, las que han incrementado sus cursos en función de facilitar la cultura autóctona, las nuevas plataformas interactivas de comunicación, y el aumento de intercambios académicos en idioma inglés para la capacitación a los docentes y los estudiantes como herramienta necesaria de creación e innovación del profesional actual.

De manera que, la enseñanza de lenguas abarque un objetivo de carácter bilingüe con el español y el inglés, para que ofrezca cultura y sea una herramienta fundamental en la formación continua del profesional de cualquier especialidad (García y Quevedo, 2017), pero primordialmente de los que tienen que intercambiar en actos comunicativos como son los operadores y directivos turísticos que han de alcanzar metas y parámetros que refiere el Marco Común Europeo para las Lenguas para demostrar sus competencias y el éxito en su actividad profesional.

Los datos de la aplicación del curso fueron conseguidos a través de un trabajo aleatorio durante un curso escolar en el año 2023. Los trabajadores que accedieron a participar en la investigación se les informó sobre los objetivos del estudio y se solicitó el consentimiento informado previo

a su participación voluntaria, de esta manera, ningún trabajador fue obligado a dar información, o que por ofrecerla se le brindase algún beneficio a cambio.

Los trabajadores bajo esta investigación fueron desarrollando de forma adecuada el inglés utilizando el paquete turístico (93.4% alcanzó el objetivo), así como su reflexión consciente sobre lo escuchado en diferentes audiotextos y videos presentados, que los enfrentaban a situaciones distintas de incidencia comunicativa y cultural. El constante uso del apoyo visual resultó de gran ayuda a partir de los audiotextos escuchados y los videos observados, los trabajadores realizaron ejercicios orales y escritos en que lograron efectividad al 95.5 % según registros de evaluación consignados por los docentes.

Durante las tareas asignadas, los trabajadores reflejaron otros procesos de pensamiento que también desarrollaron a partir de la solución a los problemas del aprendizaje, ubicándolos en el nivel II (94.5%) y facilitándoles realizar procesos mentales como el análisis, la síntesis y otros. Este aprendizaje con el apoyo de las nuevas tecnologías como herramientas niveladoras promovieron la innovación en el uso creativo del lenguaje y el intercambio comunicativo.

Para los autores del presente trabajo se hizo necesario establecer una comparación entre la Prueba de Diagnóstico Inicial (PDI) y la Prueba de Diagnóstico Final (PDF) para valorar la posible mejoría experimentada por los trabajadores en general, en la prueba final, PDF, se logró un grado de adecuación e independencia significativa (96.6% según el estudio), esto hace que la impartición del programa favorezca el desarrollo de la expresión oral en inglés (97.8% según los resultados del estudio). Los trabajadores también se expresaron a favor de las metodologías activas y participativas desde el punto de vista cualitativo, sobre todo en el trabajo de revisión de las tareas de corrección dentro de los interlocutores establecidos durante los foros. Además, declararon predilección por la introducción de este tipo de recursos en el aprendizaje del inglés.

Los resultados se compararon y se observó que el grupo al finalizar la aplicación de la prueba diagnóstico final (PDF) había alcanzado avances significativos en relación con los resultados del diagnóstico final (PDI). Por otra parte, en cuanto a la adecuación, se observaron también valiosos resultados pues la mayoría de los trabajadores que se encontraban fundamentalmente en el último nivel se trasladaron a los primeros niveles de competencia oral en inglés, y quedaron en el nivel IV solo el 23,5% de los participantes en el curso.

Los autores del presente trabajo que han conducido esta investigación reconocen que el avance logrado es resultado directo de las ayudas instrumentadas, de la atención individual y personificada y de la interacción grupal desarrollada entre los trabajadores involucrados, a través

de esa interacción y modo de actuación se garantizó la requerida unidad entre lo cognitivo y lo afectivo-valorativo, como premisa del desarrollo integral de los trabajadores del turismo.

En esta investigación se destaca el carácter flexible, desarrollador, integrador, contextualizado y sistémico, que de manera conjunta se ha transmitido a los participantes quienes ya alcanzan el diálogo abierto y crítico como prueba que ellos incrementan su desarrollo en este momento concreto de capacitación en inglés para ser innovadores en la aplicación de los paquetes turísticos en las diferentes actividades del sector.

## DISCUSIÓN

A según lo mencionan Del Toro y Jiménez (2023), la dinámica que refleja el sector turístico obliga a un constante replanteamiento de las funciones donde la transformación de la información evoluciona hacia nuevos aprendizajes, lo cual incide directamente en los roles de docentes, trabajadores, institución y por supuesto, en todo el contexto que lo rodea. Los autores de la presente investigación consideran que para la innovación y desarrollo de los paquetes turísticos se deben desempeñar funciones tales como: identificar las necesidades de aprendizaje, crear modelos flexibles y proactivos, adaptarse a las motivaciones y necesidades sociodemográficas de las personas, generar nuevos productos y tipologías turísticas en respuesta al aumento del poder adquisitivo per cápita para la actividad turística y crear estrategias óptimas.

Los conocimientos, habilidades y valores, que permitan no solo la prestación con calidad de los servicios a los clientes extranjeros que acceden a las instalaciones, sino además la comunicación en inglés como herramienta cultural de trabajo necesaria para lograr ese fin (Buduen, Fonseca, Escalona, 2024), ofrecen la posibilidad de fortalecer la economía de la localidad, con el propósito de contribuir con la mejora de las condiciones y calidad de vida de las personas del sector turístico, y permitiendo la difusión de los recursos turísticos existentes, lo cual permite generar empleos y proyectos innovadores que pueden emprender muchos jóvenes, con lo que se pueden ofrecer a los visitantes experiencias más significativas.

Al planificar y desarrollar un paquete de servicios, es necesario identificar las necesidades reales del cliente y orientar la oferta a estas necesidades (Naranjo & Martínez, 2022). El apoyo del programa de posgrado Inglés Básico con fines específicos sirvió como herramienta de apoyo, además de influencia para el trabajo grupal, con que se facilitó el aprendizaje de los estudiantes y el desempeño como servidores turísticos que contribuyeron al desarrollo de su expresión oral.

Keymeulen y Goethals (2018), destacan que el profesional del sector turístico debe tener competencias orales como el uso apropiado del idioma, en su léxico y la gramática y presentación clara de las ideas mediante su fluidez fonética fonológica. Por lo que los

investigadores consideran que las expectativas en las universidades deben ser capacitar a los docentes y poder obtener herramientas tecnológicas innovadoras que les permitan aplicar nuevas estrategias y metodologías, y ofrecerlas al trabajador con vista a poder desarrollar diferentes capacidades en función de ser mucho más competente en su labor cotidiana.

## CONCLUSIONES

Este estudio enfatizó las posibilidades de desarrollar la expresión oral en idioma inglés en el proceso de capacitación para trabajadores del turismo, para favorecer sus procesos de aprendizaje, significativo y crítico, en relación con la concepción asumida del conocimiento científico como un resultado cultural. El papel de la interacción social, la reflexión y la investigación en la construcción de ese conocimiento; así como la implementación de cursos, materiales y estrategias que contribuyan a la innovación de los paquetes turísticos.

El empleo de esos cursos de inglés es muy útil para la economía del país, cuando ellos son acompañados por los procesos de planificación, la adecuada organización y la constante evaluación de cada curso en aras de satisfacer un abanico de posibilidades para potenciar el desarrollo en el sector turístico.

Así, es necesario seguir desarrollando investigaciones y otros cursos a favor del sector turístico que tengan en cuenta las formas en que se asumen la capacitación en función de innovar y atender el entorno local, rico en posibilidades naturales y culturales, para que se alcance el desarrollo en el personal del turismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arroyo Cobeña, M. V., & Jalil Vélez, N. J. (2019). El turismo como indicador viable para el desarrollo local de la parroquia Crucita del Cantón Portoviejo. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, *5*(2), 01–12. Recuperado a partir de https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1440

Buduen Saborit, B., Fonseca García, L. & Escalona Pardo, E. (2024). Metodología para el desarrollo de la expresión oral en inglés. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, Vol. X (*1*).

Cascante Velázquez, M.J. (2021). Expresiones orales, una herramienta para desarrollar el turismo cultura en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, Vol. IX (*2*).

Cerezal Mezquita, J; Fiallo Rodríguez, J. (2002). *Los métodos científicos en las investigaciones pedagógicas*. La Habana, Cuba.

Del Toro Soto, M. & Jiménez Sánchez, L. (2023). Turismo y capacitación: dinámicas actuales. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina,* 5 *(1),* http://www.revflacso.uh.cu/index.php/EDS/article/view/174

Fratucci, A.C. (2020). *Inventario de oferta turística: reflexiones teóricas para la planificación y ordenación del espacio turístico*. Universidad de Federal Fluminense (UFF), Brasil

Fundora Ramírez, P. (2024). La calidad de la pronunciación en la clase de práctica integral de la Lengua Inglesa. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*,9(*1*), 5-9. http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd

García Arias, N., & Quevedo Arnaiz, N. (2017). El enfoque bilingüe desde un análisis de ciencia y técnica para el nivel B1 de inglés con los estudiantes de UNIANDES. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, *3*(1), 47–54. https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/564

García, D., Pons García, R.C & Rodríguez Veiguela, Y. (2021). Atractivos turísticos en el diseño de rutas en ciudades destinos urbanos. *Retos Turísticos*, Vol. 20 (*1*).

Keymeulen, T. & Goethals, P. (2018). Las excursiones guiadas multilingües en contextos urbanos. Un enfoque basado en reseñas 2.0. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural,* 16(*2*), 465- 474, https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.033

Lanuez Bayolo,M.; Martínez Llantada,M. & Pérez Fernández,V. (2008). *El maestro y la investigación educativa en el siglo XXI*, La Habana.

MINTUR. (2006): *Resolución No. 60 del 2006 sobre la capacitación de los recursos humanos en el sector del turismo*. La Habana: Autor.

Morales Domínguez, A. (2023). La mediación intercultural en situaciones de conflicto: su abordaje en una concepción didáctico-metodológica para guías de turismo. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, Vol. 9 (*3*).

Mosteiro- García, M., & Porto- Castro, A. (2017). *La investigación en educación*. En L. Mororó, M. Couto, & R. Assis, Notas teórico- metodológicas de pesquisas em educação: concepções e trajetórias (págs. 13- 70). Editus.

Naranjo Llupart, M. R. & Martínez Rodríguez, M. A. (2022). La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis. *ENCUENTROS, Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, (*16*).

Pavón, C. R. (2023). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales*. HOTI0108. IC editorial.

Quevedo Arnaiz, N. (2002). Estrategia integradora para desarrollar la competencia lingüística en estudiantes de Lengua Inglesa en el ISP José Martí. Tesis de doctorado. Instituto Superior Pedagógico "José Martí".

Quevedo Arnaiz, N.; García Arias, N. & Cañizares Galarza (2022). A Cultural Approach in the Synchronous Class in English Teaching and Learning. IntechOpen Publishers: London https://doi.org/10.5772/intechopen.105553

Reiné-Herrera, Y. & Fundora-Ramírez, P. (2022). Metodología para el desarrollo de una nueva concepción de competencia: la lectodigital. *Atenas*, Vol. 2 (*58*), 158-173.

Rimada Domínguez, C. (2023). *El lenguaje especializado del turismo: un estudio del vocabulario hotelero en páginas web en lengua alemana*. Trabajo Fin de Grado en Turismo. Universidad de Sevilla, España.

Rodrigues Soares, J. R., Barreto Lopes, A. & Solla Santos, X. (2023). Formación en turismo: Un enfoque ético, sostenible y consciente. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, Vol. 11 (*2*).

Sánchez Trávez, E., Machuca Vivar, S. A., Sampedro Guamán, C. R., Urbano, M., & Garzón, F. (2020). Etnoturismo y propiedades fitoquímicas de las plantas utilizadas en la medicina y gastronomía Tsáchila. *Mikarimin. Revista Científica Multidisciplinaria*, *6*, 191–200. https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/mikarimin/article/view/1721

Solano Pacheco, L. (2021). *Manual para el diseño y venta de paquetes turísticos*. Proyecto Finanzas para la Biodiversidad BIOFIN. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

©2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) ( https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/ ).