

# **El dominio del idioma inglés conlleva a la excelencia de la comercialización del producto turístico.**

Autoras: Lic. Magaly Ruiz Valera

Prof. Principal y Jefe Dpto.EHT José Smith Comas Varadero

Prof. Principal María Luz Hernández Fernández.

Lic. Bárbara I .Morgan Abreu



2012-2013

## Introducción

La importancia de dominar el idioma inglés en situaciones comerciales y de negocios se remonta a siglos atrás. Desde el año 1726 escritores norteamericanos como Daniel Defoe (1) destacaba la importancia de comprender y ser capaces de utilizar el idioma inglés con objetivo de comunicaciones en entornos comerciales y a la hora de negociar.

En el sector turístico el perfeccionamiento y adaptación de los programas de estudio suponen una respuesta adecuada a las exigencias cada vez más competitivas de la misma forma que constituye un instrumento decisivo para que los profesionales del sector del turismo puedan enfrentarse eficazmente a nuevos retos profesionales del área de Relaciones Públicas y Comercialización del producto turístico en correspondencia con las nuevas tendencias del turismo de hoy, que no solo desea sol y playa y no es pasivo sino que además necesita recibir intercambio e interacción con todas las opciones que ofrece el destino.

La competencia comunicativa efectiva en Lengua Inglesa es una necesidad para el desempeño de los profesionales del turismo en sus diferentes entornos laborales; sin embargo, los relacionistas públicos y trabajadores del área comercial aún tienen limitaciones en el dominio del idioma inglés que afectan la comunicación efectiva para la ejecución de un servicio de excelencia.

El enfoque comunicativo parte de teorías que ven la lengua como instrumento de comunicación donde el estudiante debe alcanzar la competencia lingüística identificada en cuatro dimensiones: Competencia gramatical, Competencia sociolingüística, Competencia discursiva y Competencia estratégica (Van EK 1976)

Todas estas competencias son imprescindibles para el desempeño de los profesionales de la comercialización del producto turístico y las RRPP y las propuestas de nuestro trabajo se ha fundamentado a partir de las concepciones sobre la enseñanza desarrolladora de importantes especialistas cubanos acerca de la enseñanza del Inglés con Fines Específicos con enfoque interdisciplinario, de ahí la necesidad de enseñarle el léxico especializado del lenguaje de negocios y la mercadotecnia a los profesionales de esta área específica de la Industria Turística.

*Al respecto le recomiendo a todo joven comerciante que aproveche todas las oportunidades para intercambiar con diversos tipos de mecánicos y que aprendan de ellos el idioma específico del negocio, no sólo el nombre de las herramientas sino la jerga de cada especialidad, porque cada ramo tiene sus panaceas y sus especificidades lexicales que les enorgullece y resulta en extremos útiles en ciertas ocasiones. (Traducción libre por el autor)*

Estos elementos, así como la importancia que tiene el turismo como actividad y fuente de ingreso y de empleos en nuestro país justifican el diseño de las

acciones de capacitación que diseñamos y hemos aplicado en idioma inglés a los profesionales vinculados a las actividades de comercialización, comunicación y ventas que les permiten accionar con los mercados y entornos turísticos con eficacia a partir de la utilización del idioma de forma efectiva y las damos a conocer a través del desarrollo de una campaña de comunicación de RRPP que ha tenido como objetivos:

- Demostrar la necesidad que tienen los relacionistas públicos y comerciales de comunicarse de forma oral y escrita con efectividad en idioma inglés para ofrecer un servicio de excelencia.
- Contribuir al perfeccionamiento de las habilidades y el lenguaje especializado en lengua inglesa de los relacionistas públicos y comerciales a través de un sistema de acciones de capacitación.
- Comunicar el plan de acción de capacitación a las Cadenas Hoteleras y Agencias de Viajes a través de diferentes canales de comunicación: correo electrónico y díptico promocional.

## **DESARROLLO:**

Partiendo de la Misión de nuestra escuela de Hotelería y Turismo que no es otra que la de capacitar a los trabajadores en ejercicio y la formación de futuros profesionales del turismo y en particular la del Departamento de Idiomas que es la de brindar servicios de alta calidad de capacitación idiomática a los RRHH que contribuyen a consolidar una cultura turística con valores éticos y morales de alto nivel profesional nuestra escuela ha venido realizando un gran esfuerzo y ha dado pasos importantes en la capacitación de comunicadores tales como: Relacionistas Públicos y Comerciales en ejercicios. En el año 2009, se realizó un levantamiento que de 58 personas que trabajaban como Relacionistas Públicos o Directores Comerciales solamente 18 aprobaron el diagnóstico que constituía requisito indispensable para matricular el curso especializado para comerciales y RRPP diseñado por un colectivo nacional de autores en el cual una de las autoras participó. Es válido señalar que las 58 personas no fueron diagnosticadas por falta de comunicación de los capacitadores de las empresas.

Una vez matriculados en el curso, la permanencia y sistematización de la asistencia resultó alto, lo que demostró un nivel real de satisfacción. El curso fue muy efectivo y demostró la necesidad del aprendizaje del idioma inglés con fines profesionales a esta área aunque de esta primera versión se graduaron doce, en el año 2010; de ellos siete con la calificación de 5 puntos y cinco con 4 puntos, los no graduados fueron por causas laborales. En el 2011 se graduaron 10, de ellos tres obtuvieron 3 puntos y el resto obtuvo 4 y 5 puntos. A los graduados se le aplicó una encuesta de satisfacción que arrojó los siguientes resultados (Anexos 1 y 2). Además de transmitir la comunicación boca-oreja de los graduados con otros colegas le dio credibilidad al curso que no sólo incluyó horas lectivas sino que propició el desarrollo de situaciones reales en el puesto de trabajo a través de las cuales los cursistas aprendieron haciendo en el mismo. Todo esto conllevó a rediseñar el programa y elevar su nivel a postgrado, además dentro del proyecto concebimos entrenamientos de postgrados por habilidades y un proyecto de diplomado para próximos años ya que a pesar de que tanto los relacionistas públicos como comerciales son profesionales de la lengua no poseen formación académica en el idioma inglés. En el año 2012 se impartió un entrenamiento de postgrado de lenguaje de negocios que dio 2 créditos a los dos graduados que obtuvieron evaluación de 4 puntos. Lamentablemente por problemas de comunicación no todos los comerciales matricularon el curso y aun existe un por ciento que carece de los conocimientos y no están siendo beneficiados lo que afecta el turismo y los ingresos al país.

El Ministerio de Turismo, a tenor con los lineamientos del VI congreso del partido y la estrategia establecida para el desarrollo y perfeccionamiento de la capacitación idiomática del sistema del MINTUR aplicó un diagnóstico idiomático a todos los trabajadores de contacto con el cliente en este año 2012 y entre ellos por supuesto el área que nos ocupa arrojando los siguientes resultados: De 59 diagnosticados la competencia comunicativa de 22 fue de ELEVADA, de 18 fue MEDIA, 5 fue BAJA y 14 fue NULA. Lo que corrobora que un alto por ciento de estos trabajadores no posee la competencia elevada

como lo requiere su puesto de trabajo. Vale recordar que la mayoría de los diagnosticados que obtuvieron ELEVADA y MEDIA son producto de la capacitación impartida antes mencionada.

Se han desarrollado dos talleres para dar a conocer las necesidades de capacitación en el área de Relaciones Públicas y Comerciales y también para dar a conocer las propuestas de acciones de capacitación del colectivo de profesores que atiende este trabajo, aplicando instrumentos y técnicas participativas como: Encuestas y Tormentas de Ideas. Para ello, nos apoyamos en el Departamento de Relaciones Públicas e implicamos a los capacitadores de las cadenas Islazul, Gran Caribe, Cubanacán y Agencias de Viajes de Cubanacán y Gaviota. (Anexos 3, 4 y 5)

Consideramos que esta Campaña de Relaciones Públicas ha sido la vía más efectiva para lograr los resultados que esperamos ya que las Relaciones Públicas son el fomento de la relación, comunicación y buena voluntad entre la empresa, otras personas y ciertos públicos o comunidad en general. Por lo que implicamos en esto como público interno al Consejo de Dirección de las Instalaciones Hoteleras y Agencias de Viajes y a los Trabajadores de las Instalaciones; así como públicos externos que nos han apoyado como la Delegación Territorial del MINTUR.

Nuestra propuesta ha sido una Campaña permanente ya que comprende la labor delineada para la vigencia de un Plan con un desarrollo estable que permite conocer los recursos que serán necesarios para sus realizaciones a largo plazo. (Anexo 6)

Para el diseño de nuestra Campaña tuvimos en cuenta la promoción mezclada que es la herramienta que combina una organización para lograr los objetivos de una campaña de comunicación. Estos objetivos incluyen la transmisión del mensaje a tantas personas como sea posible, asegurándose de que las mismas comprendan el mensaje y estimulen la toma de la acción deseada. Proponemos un mensaje en soporte digital (l correo electrónico dirigido al Consejo de Dirección de todas las instalaciones; incluyendo AAVV y por supuesto dirigido a los Departamentos de RRPP y/o Comercialización del producto turístico) (Anexo 7) y además un díptico adjunto al correo para dar a conocer los beneficios de la convocatoria de postgrado y entrenamiento de postgrado. ( Anexo 8).

La estrategia y las acciones aplicadas han sido evaluadas a través de la observación de las interacciones cliente extranjero-comercial-relacionista público en los puestos de trabajo a través de las evaluaciones parciales y finales las cuales sirven de retroalimentación para el perfeccionamiento de las futuras acciones.

La implementación de la campaña de RRPP garantiza la comunicación efectiva a todos los públicos a través de los canales previstos.

## CONCLUSIONES

1. Los trabajadores de la comercialización del producto turístico y las relaciones públicas no poseen en su gran mayoría formación académica en el idioma y aún tienen limitaciones en las habilidades de la lengua y el léxico especializado lo que incide negativamente en su nivel profesional integral y en la efectividad de la comunicación.
2. Se demostró la necesidad de aplicar un sistema de acciones de capacitación dirigidas a la integración de las cuatro habilidades básicas en Lengua Inglesa y al léxico con fines profesionales a los trabajadores del área comercial y las RRPP que contribuyan a establecer una comunicación efectiva con el cliente extranjero.
3. Se demostró la necesidad de diseñar una Campaña de RRPP para comunicar las acciones a los públicos internos y externos a través de diferentes canales.
4. La comunicación efectiva con el cliente nativo de habla inglesa o aquel que utiliza el inglés como lengua franca por parte de los comerciales y RRPP fortalece la divulgación de identidad nacional cubana y el éxito de la relación intercultural así como una apropiada comercialización del producto turístico.

## **RECOMENDACIONES**

1. Recomendamos consultar nuestro trabajo cuando se vayan a impartir postgrados o entrenamientos de postgrados para los trabajadores del área comercial y RRPP.
2. Sugerimos extender esta campaña y experiencia a otras escuelas de Hotelería del país.

## **Bibliografía.**

1. Administrative Writing. Memos and Letters. Greg Larocque y otros.
2. Bertha J. Naterop, Erich Weis, Eva Haberfellnes: Business letters for all.
3. Bowen, Tim: Build Up Your Business Grammar, LTP Business, England, 1997, 96 pp.
4. Brieger, Nick y J. Comfort: Early Business Contacts, Prentice Hall International English Language, UK, 1994, 153 pp
5. Comfort, Jeremy: Effective Meetings. Oxford University Press, Hong Kong, 1996, 87 pp
6. -----: Effective Presentations. Oxford University Press, Spain, 1995, 80 pp
7. -----: Effective Telephoning. Oxford University Press, Hong Kong, 1996, 110 pp
8. Emerson, Paul y Nick Hamilton: Five-Minute Activities for Business English, Cambridge University Press, UK, 2005, 112 pp
9. Flower, John y Ron y Ron Martínez: American Business Vocabulary, LTP, England, 1995, 96 pp
10. Goodale, Malcom: The Language of Meetings, LTP Business, England, 1987, 128 pp.
11. Greg, Larocque y Otros: Administrative Writing. Memos and Letters.
12. Hacker, Diana: A Canadian Pocket Style Manual, Nelson Canada, 1995, 139 pp
13. <http://es.wikipedia.org/wiki/Pragmática>
14. J. Rae Perigoe, Lillian Perigoe: Message and Meaning.
15. Larocque, Greg: Administrative Writing, English Program Development Division, Canada, 1986, 144 pp
16. Lorenzo, Mercedes: Curso Básico de Inglés Comercial, Instituto del Comercio Exterior, MINCEX, 2003, 124 pp
17. Mackenzie, Ian: Management and Marketing, LTP, England, 1997, 144 pp
18. Mawer, Jenny: Business Games, LTP, England, 1992, 80 pp
19. Michael, Crispin y otros: Inglés para todos. Correspondencia Comercial, Ediciones Larousse, México, 1981, 240 pp
20. Morrison, John: Business Language Practice, LTP, England, 1994, 120 pp
21. Naterop, Bertha J.et. al. :Business letters for all, Oxford University Press, Hong Kong, 1977, 163 pp
22. Oxford University Press Really Learn 100 Phrasal Verbs for Business, Spain, 2005, 110 pp
23. Perigoe, J. Rae y Lilian Perigoe: Message and Meaning, Prentice Hall, Canada, 1974, 251 pp
24. Sharma, Peter y otros: in company, Upper intermediate Teacher's Book, MACMILLAN, Spain, 2005, 185 pp
25. Walker, Robin y Keith Harding: Tourism 1, Teacher's Resource Book, Oxford University Press, 2006, 96 pp
26. Walker, Robin y Keith Harding: Tourism 2, Teacher's Resource Book, Oxford University Press, 2007, 95 pp

## **Bibliografía básica:**

Compendio de materiales en idioma inglés para el área de comercialización del producto turístico, septiembre 2009.

## **Bibliografía complementaria:**

1. Richards, Jack C. Interchange II, Teacher's Book, Cambridge University Press, UK, 1995



2. Warshawsky, Diane y otros: Spectrum 3, Student's Book, Edición Revolucionaria, La Habana, SOD, 136 pp.

### **Anexo 1**

#### Encuesta de satisfacción

1. Califique el perfeccionamiento de las habilidades en idioma inglés adquiridos por usted en el curso en:
  - a) Muy buenas \_\_\_\_\_
  - b) Buenas \_\_\_\_\_
  - c) Regulares \_\_\_\_\_
  - d) Malas \_\_\_\_\_
  
2. Elevó sus conocimientos sobre el léxico especializado del área comercial y las RRPP.
  - a) Sí \_\_\_\_\_
  - b) No \_\_\_\_\_
  
3. ¿Cómo calificaría los aspectos que a continuación se detallan?

<b>Aspectos</b>	<b>Excelente</b>	<b>Muy buena</b>	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Mal</b>
a) Elección de los temas desarrollados en clase.					
b) Calidad de los materiales utilizados durante el curso.					
c) Calidad de las actividades prácticas desarrolladas en la empresa.					
d) Labor de la profesora durante el curso.					

## Anexo 2

### Resultados de la Encuesta de Satisfacción

La encuesta se les aplicó a los graduados.

Calificación de la Pregunta 1	Cantidad de alumnos por nota.
MB	15
B	4
R	3
M	0

Calificación de la Pregunta 2	Cantidad de alumnos.
Sí	22
No	0

Calificación de la pregunta 3 por incisos					
Incisos	E	MB	B	R	M
A)	20	2			
B)		22			
C)	22				
D)	22				

### Anexo 3

#### Encuesta a Graduados de Curso de Comerciales

Considere los resultados que alcanzó luego de pasar el Curso de Comerciales.

1- Qué idiomas emplea con más frecuencia.

Marque con un número del 1 al 5, siendo 1 la prioridad mayor, los idiomas que Usted considera más utilizado

- Inglés\_\_\_\_\_
- Francés\_\_\_\_\_
- Italiano\_\_\_\_\_
- Alemán\_\_\_\_\_
- Ruso\_\_\_\_\_

2- La facilidad con que resolvió los asuntos Comerciales relacionados con la venta del producto turístico marque del 1 al 5 siendo el 1 la prioridad

- Site Inspections\_\_\_\_\_
- Reuniones con turoperadores extranjeros\_\_\_\_\_
- Presentación de productos turísticos con grupos fam\_\_\_\_\_
- Excursiones de naturaleza\_\_\_\_\_
- Redacción de cartas comerciales\_\_\_\_\_

3- Señale lo positivo que ha trascendido en este período

- \_\_\_\_\_

4- Señale lo más interesante que ha transcendido en este período

- \_\_\_\_\_

5- Otros comentarios

- \_\_\_\_\_

## **Anexo 4**

Resultado de la encuesta aplicada a los graduados.

1. El idioma de mayor prioridad y más utilizado por los 22 encuestados es el inglés.
2. 22 responden 1,2 y 3  
20 responden 4 y 5
3. Han sido capaces de realizar reuniones efectivas con T.T.O.O, site inspections, plan de acción de RRPP, promoción de productos.
4. Escribir cartas de negocios y correos electrónicos.

Han continuado estudiando con los materiales que recibieron en el curso y retroalimentando sus conocimientos, han aplicado los conocimientos en sus interacciones de negocios con los clientes.

- 5 Necesitan más cursos de postgrado para perfeccionar la pronunciación y la redacción y estilo en el idioma.

## Anexo 5

Para mayor información diríjase a :

**EHT VARADERO  
CALLE 34 Y AUTOPISTA**

**TELÉFONOS  
61 37 96  
61 20 12**

**RESPONSABLE Y COORDINADORA:  
LIC. MAGALYS RUIZ VALERA.  
[magalys.ruiz@ehtv.co.cu](mailto:magalys.ruiz@ehtv.co.cu)**

**MIEMBROS DEL CLAUSTRO:  
LIC. MARILUZ HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ.  
[marial.hernandez@ehtv.co.cu](mailto:marial.hernandez@ehtv.co.cu)**

**LIC. BÁRBARA MORGAN ABREU.  
[barbara.morgan@ehtv.co.cu](mailto:barbara.morgan@ehtv.co.cu)**



# **INGLÉS PARA COMERCIALES Y RRPP**

**EL DOMINIO DEL IDIOMA  
INGLÉS CONLLEVA A LA  
EXCELENCIA DE LA  
COMERCIALIZACIÓN DEL  
PRODUCTO TURÍSTICO**



### **OBJETIVO:**

**PERFECCIONAR LAS HABILIDADES ORALES Y ESCRITAS Y EL LENGUAJE ESPECIALIZADO EN LENGUA INGLESA CON FINES PROFESIONALES A LOS RELACIONISTAS PÚBLICOS Y COMERCIALES, A TRAVÉS DE UN SISTEMA DE ACCIONES DE CAPACITACIÓN.**

### **REQUISITOS DE INGRESO:**

- **SER GRADUADO UNIVERSITARIO.**
- **POSEER 3<sup>ER</sup> NIVEL DE IDIOMA INGLÉS DE FORMATUR (SE REALIZARÁ UN DIAGNÓSTICO ANTES DE COMENZAR EL POSTGRADO) .**
- **ESTAR VINCULADO A LA COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL SISTEMA DE TURISMO(COMERCIALES, ASISTENTES, EJECUTIVOS, RELACIONISTAS PÚBLICOS, ESPECIALISTAS CON CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES DEMOSTRADAS EN EL PROCESO DE ADMISIÓN (DIAGNÓSTICO)**

### **BENEFICIOS:**

- POSTGRADO DE IDIOMA INGLÉS PARA TRABAJADORES DEL ÁREA COMERCIAL Y LAS RRPP:**
- **INTEGRA LAS CUATRO HABILIDADES BÁSICAS DEL IDIOMA.**
- **LENGUAJE ESPECIALIZADO DE NEGOCIOS.**
- **GRABACIONES AUTÉNTICAS DE NATIVOS ANGLOSAJONES.**
- **MATERIALES AUTÉNTICOS EN SOPORTE DIGITAL Y ESCRITO.**
- **PRIMEROS CONTACTOS DE NEGOCIOS.**
- **PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS.**
- **REUNIONES DE NEGOCIOS CON TTOO.**
- **PRESENTACIONES EN EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES.**
- **PROMOCIÓN MEZCLADA.**
- **PLAN DE ACCIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.**
- **ESTRATEGIA (SWOT ANALYSIS).**
- **REDACCIÓN DE CARTAS DE NEGOCIOS Y CORREOS ELECTRÓNICOS COMERCIALES.**
- **ENTRENAMIENTO DE POSTGRADO POR HABILIDADES.**
- **EXPRESIÓN ORAL (BUSINESS ENGLISH MARKETING9.**
- **EXPRESIÓN ESCRITA (CORRESPONDENCIA DE NEGOCIOS REDACCIÓN Y ESTILOS)**

