

COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE CARTAGENA



Autores: M. Saura, D. Vidal y L. Moreno
Coordinadores: A. Anierte* y P. Martínez
I.E.S. SAN ISIDORO
C/ Juan García s/n 30310 (Cartagena)
pepalingvesinves1@gmail.com



Resumen

Cartagena es una ciudad con mucha historia, y en los últimos años se ha incrementado el número de turistas extranjeros que visitan la ciudad debido a motivos tales como la terminal de cruceros, el incremento de museos de la ciudad, etc.

El objetivo principal de este trabajo es averiguar si los diferentes comercios cercanos al puerto de Cartagena están preparados lingüísticamente para atender adecuadamente a los extranjeros, y así ofrecerles un servicio de calidad. Para realizar esta tarea se realizó una encuesta por 50 establecimientos del puerto de Cartagena, y posteriormente se han analizado los datos.

Objetivos

- Analizar la importancia del idioma inglés como base para el desarrollo turístico en la ciudad de Cartagena.
- Descubrir a través de un diagnóstico aleatorio el nivel de conocimientos del inglés.
- Recopilar información a través de encuestas aplicadas a comercios cercanos al puerto de Cartagena.
- Valorar las ventajas del idioma inglés en el turismo de la zona.
- Reconocer la importancia del idioma inglés para el desarrollo personal y profesional.

Material

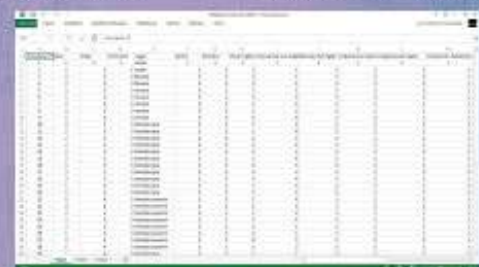


Metodología

1º Elaboración de la encuesta



2º Trabajo de campo y recolección de datos

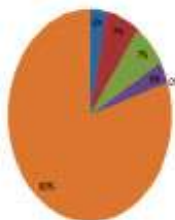


3º Análisis de resultados

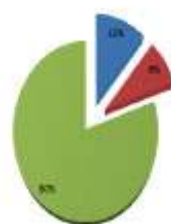
Resultados

¿Qué rango de edad está mejor preparado lingüísticamente? (Títulos mayor que el B1)

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100



Numero de hombre y mujeres con un nivel mayor del B1



■ Hombres con un nivel mayor del B1
■ Mujeres con un nivel mayor del B1
■ Menos del B1

Referencias

Artículos :

- Gestión del turismo desde la perspectiva del bilingüismo y la multiculturalidad
- La formación turística en Andalucía:
- Competencias requeridas en el ámbito laboral del turismo
- Estudio sobre el nivel de cualificación real en idiomas de los trabajadores del sector turismo de Andalucía
- El valor económico de la lengua en las relaciones con el exterior

Conclusiones

- El sector de hostelería es el mejor preparado lingüísticamente.
- El sector servicios es el menos preparado lingüísticamente.
- Los hombres están mejor preparados lingüísticamente que las mujeres.
- Las personas entre 25 - 35 años son las mejores preparadas.
- Las personas entre 55 - 65 años son las que peor preparadas están.
- Como conclusión final nos atrevemos a decir que Cartagena debería estar mejor preparada para recibir la cantidad de turistas que la visitan.

Agradecimientos

- A nuestros coordinadores, Alfonso Anierte y Pepa Martínez, por su ayuda y, sobre todo, por su paciencia.
- A nuestros padres y amigos por su apoyo.