

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN – Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria

FAREM- Estelí



Trabajo de seminario de graduación para optar al título de licenciatura en Turismo Sostenible

Tema: Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües brindados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Br: Gyneska Lucia Velásquez Ramírez

Br: Lidia Belén Mendoza Acuña

Br: Yamil Eduardo Flores Herrera

Tutora: Msc Aminta Briones Lazo

Miércoles 14 de Enero de 2015

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN – Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria

Recinto Leonel Rugama -FAREM- Estelí



Departamento de ciencia, tecnología y salud

V Turismo Sostenible

Seminario de Graduación

Tema: Los idiomas en el turismo

Subtema: Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües brindados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Tutora: Msc Aminta Briones Lazo

Miércoles 14 de Enero de 2015



Tema: Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües brindados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014



Agradecimiento

Después de haber cumplido con todos los requisitos que establece la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, para obtener el título de Licenciado y Licenciada en Turismo Sostenible junto con un arduo trabajo, hemos llegado al momento de compartir nuestro trabajo de seminario de graduación, en el cual queremos agradecer:

A Dios por regalarnos la vida, inteligencia, sabiduría, paciencia y conocimiento para emplearlo en nuestro aprendizaje.

A nuestras familias por su amor, empeño y esfuerzo para apoyarnos en realizar nuestros sueños.

A nuestros maestros por compartir su tiempo, sus conocimientos, su paciencia y su motivación, han sido fundamentales para formarnos como profesionales.

A las instituciones y establecimientos turísticos que colaboraron durante el desarrollo de nuestro proceso investigativo.



Estelí, 13 de Enero del 2015

CARTA AVAL

Por la presente se deja constancia de que el informe de tesis de investigación para optar a título de Licenciado en Turismo Sostenible que lleva por título:

Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües brindados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Cumple con los requisitos académicos básicos metodológicos y científicos para ser presentada en el acto de defensa.

Los autores de este trabajo son los estudiantes:

Br. Gyneska Lucia Velásquez Ramírez.

Br. Lidia Belén Mendoza Acuña.

Br. Yamil Eduardo Flores Herrera.

Quienes durante el transcurso del semestre, demostraron responsabilidad, dedicación, ética y conocimientos sobre la temática, en la realización de este estudio.

Esta investigación fue ejecutada en el II semestre del 2014, en la asignatura de Seminario de Graduación, el mismo cumple con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa y que contempla un total de 60 horas y 240 horas de trabajo independiente.

Considero que la investigación realizada por los estudiantes será de mucha utilidad a los tomadores de decisión, la comunidad estudiantil y a las personas interesadas en la temática.

Atentamente


MSc. Aminja Briones Lazo
Docente Seminario de Graduación
UNAN Managua; FAREM- Estelí



Resumen ejecutivo

Este trabajo de seminario de graduación, consiste en la Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües prestados en siete establecimientos turísticos, de la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014; con el fin de conocer el grado de calidad con el que cuentan los distintos locales que brindan servicios turísticos bilingües en el municipio de Estelí.

Para el desarrollo del tema, previamente se diseñó un árbol de problemas, del cual se obtuvieron los objetivos de la investigación (ver página 13), luego se procedió a formular entrevistas lo que facilitó la recopilación de la información. Posteriormente estas fueron estructuradas a través de un formato para seminario de graduación.

La investigación está conformada por nueve apartados que describen paso a paso el desarrollo de la misma, partiendo de los antecedentes los cuales reflejan un estudio realizado en la provincia de Pinar del Rio-Cuba, sin embargo no existe un antecedente específico del tema estudiado. Previo al desarrollo del estudio se identificó que la inadecuada aplicación de los idiomas en el turismo es el principal problema.

Por otra parte se establece que este estudio será beneficioso para posteriores investigaciones, ya que se contará con este antecedente de investigación como referencia para la continuidad de futuras investigaciones relacionadas a dicho tema, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad en los locales que brindan servicios turísticos bilingües.

El Marco teórico aborda los principales ejes teóricos y temas considerados de importancia para de esta manera facilitar la orientación y comprensión del tema desarrollado. Finalmente el documento presenta los resultados, los cuales incluyen la situación actual de los distintos establecimientos turísticos. Al final se presentarán los resultados al Gabinete de Turismo e INTUR, con el fin de que estas instituciones realicen un grupo focal con los propietarios de establecimientos turísticos bilingües.



Índice

Resumen ejecutivo.....	1
Índice	2
Índice de tablas y gráficos.....	4
I. Introducción.....	5
1.1. Antecedentes	8
1.2. Planteamiento del problema	10
1.3. Preguntas problemas.....	11
1.4. Justificación	12
II. Objetivos de la investigación	13
2.1. Objetivo general.....	13
2.2. Objetivos específicos	13
III. Marco teórico.....	14
3.1. Normativa legal.....	14
3.2. Turismo y sus Tendencias Mundiales	14
3.3. La importancia del Turismo en Nicaragua.....	15
3.4. Beneficios Económicos que aporta el turismo al país	15
3.5. Posicionamiento turístico de Nicaragua en el ámbito internacional	16
3.6. Turismo en la ciudad de Estelí	17
3.7. Bilingüismo	17
3.8. Calidad	18
3.9. Calidad turística	18
3.10. La calidad de los servicios turísticos bilingües	19
3.11. Importancia de brindar calidad en la prestación de servicios turísticos bilingües	19
3.12. Servicios Turísticos	19
3.13. Servicios Turísticos Bilingües.....	20
IV. Diseño Metodológico.....	22
4.1. Tipo de investigación	22
4.2. Universo de estudio.....	22



4.3.	Localización o área de estudio.....	22
4.4.	Muestra	22
4.5.	Técnicas de recolección de datos.....	23
4.5.1.	Entrevista	23
4.6.	Etapas de la investigación	23
4.7.	Tabla de operacionalización de variables.....	25
V.	Resultados.....	26
5.1.	Análisis FODA.....	33
VI.	Conclusiones.....	34
VII.	Recomendaciones.....	35
VIII.	Bibliografía.....	36
IX.	Anexos	38
9.1.	Cronograma de actividades, seminario de graduación	38
9.2.	Árbol de problema	39
9.3.	Árbol de objetivos	40
9.4.	Material de apoyo (Entrevista).....	41
9.5.	Gráfico N° 1: Tendencias del turismo a nivel mundial	48
9.6.	Gráfico N° 2: Turismo receptor por motivo de visita.	48
9.7.	Tabla N° 1: Llegada de extranjeros a Nicaragua según clasificación migratoria .	49
9.8.	Tabla N° 2: Llegadas de turistas a Nicaragua por vía aérea según región geográfica de nacionalidad	49
9.9.	Tabla N° 3: Compendio Estadístico de Turismo 2009-2013.....	50
9.10.	Matriz para procesamiento de datos	51



Índice de tablas y gráficos

Gráfico 1: Tendencias del turismo a nivel mundial. (OMT, Organización mundial de turismo, 2014).	48
Gráfico 2: Turismo receptor por motivo de visita.....	48
Tabla 1: Boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua N° 24 – Año 2013.....	49
Tabla 2: Boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua N° 24 – Año 2013.	49
Tabla 3: Llegada de visitantes 2009-2013.....	50



I. Introducción

El turismo hoy en día posee un auge mucho mayor que en años anteriores, por lo cual es muy importante analizar si los servicios que se están ofreciendo son los adecuados y si la calidad con la que se brindan es eficaz.

Para Nicaragua, el turismo representa una atractiva opción de negocio y desarrollo económico, así como un medio importante de generación de empleo, divisas e ingresos tributarios, así mismo el Impuesto general al valor (IGV) generado por los servicios turísticos tiene prácticamente una naturaleza exportadora.

Según el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR 2011), el turismo se ha convertido en la segunda actividad económica generadora de divisas, después de la exportación de café. La oferta turística Nicaragüense cuenta con una serie de fortalezas. El país goza de un número considerable de atractivos que pueden satisfacer las necesidades de diversos segmentos de mercados turísticos.

Entre estos mercados se encuentran los de: ecoturismo; aventura suave; turismo cultural; turismo de playa; y deportes acuáticos y lacustre. Asimismo, el país se encuentra en una zona geográfica cada vez más demandada por turistas norteamericanos y suramericanos. Conforme al INTUR, el inventario de atractivos turísticos de Nicaragua, es decir aquellos potencialmente aprovechables para fines turísticos, está formado por 1,097 atractivos turísticos, los que se clasifican como naturales (67%), culturales (20%) y urbanos (13%) (EPYPSA, AFI, TEA CEGOS, Instituciones, 2011).

El país además cuenta con una estrategia de desarrollo del sector bastante clara y una ley de incentivos turísticos muy atractiva. Todos estos factores contribuyen favorablemente al desarrollo del sector. Sin embargo, el país también cuenta con ciertas limitaciones. Por un lado, históricamente, no ha contado con una imagen positiva a nivel internacional (INTUR, 2011).



Por otro lado, la oferta de alojamiento y servicios turísticos no es apta ni suficiente para atender las necesidades del mercado internacional. Además, los precios de los bienes y servicios turísticos están por encima del resto de los países de la región. Asimismo, falta experiencia empresarial, personal capacitado, y recursos financieros para invertir en infraestructura civil y turística.

Finalmente, hay que reconocer que: a) estamos en pañales (en la región de Centro América y el Caribe, Costa Rica y República Dominicana llevan veinte años liderando el sector); b) somos un mercado minúsculo (Nicaragua representa el 0.07% de las llegadas internacionales y el 0.02% de los ingresos internacionales por turismo); y c) consecuentemente, no podemos vender turísticamente a Nicaragua sino como parte de una región (Martinez, 2014).

Aun así, existen excelentes oportunidades de negocio en el sector turismo. A nivel mundial, la tendencia es pasar de un turismo masivo a uno más moderado. Los turistas demandan más y más experiencias genuinas y menos artificiales, en un entorno menos comercial y aglutinado, pero siempre con una alta exigencia en la calidad de los servicios.

De esta tendencia, surgen segmentos de mercado como: turismo alternativo, turismo ecológico, y turismo cultural. Todas estas formas de turismo están orientadas a aprovechar responsablemente los recursos naturales y culturales existentes de los destinos turísticos. Dados los atractivos ya antes mencionados, surgen interesantes oportunidades de inversión en infraestructura y servicios turísticos que atiendan las necesidades de estos segmentos de mercado (Martinez, 2014).

Los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües en la ciudad de Estelí, no cuentan con suficiente personal capacitado para brindar un mejor servicio turístico bilingüe, ya que por parte de los propietarios de establecimientos turísticos, no existe el interés en capacitar a sus colaboradores, obstaculizando el desempeño y la calidad con la que se brinda el servicio.



La dificultad en disponer de angloparlantes es el principal cuello de botella de la industria turística de Nicaragua. En el 2012, Nicaragua recibió 241.000 visitantes de los Estados Unidos, 77.000 de Europa y 30.710 de Canadá, lo que representó un 30% del total de 1.18 millones de turistas que recibió el país. Este segmento, muy valioso por su capacidad de compra, es cada vez más difícil de atender por los operadores locales, debido a la escasez de personal bilingüe (Rigoberto, 2013).



1.1. Antecedentes

En la escuela de turismo de Pinar del Rio, Cuba, se realizó un diagnóstico con el fin de evaluar el aprendizaje de los idiomas en los estudiantes de la carrera de licenciatura en turismo, ya que es muy importante tener dominio de varios idiomas para comunicarse de manera elocuente en sus relaciones interpersonales para con los visitantes, además que es una necesidad, que el prestador de servicios turísticos bilingües tenga dominio de expresión oral en: inglés, francés, mandarín o el idioma que se le demande en el momento, para así satisfacer los requerimientos actuales del turismo (Torres, 2009).

El presente trabajo no posee antecedentes directos sobre la evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües prestados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí. Por consiguiente, este es un trabajo pionero que facilitará las futuras investigaciones en el sector turismo.

Para el primer objetivo planteado, que se señala en las siguientes páginas, INTUR – Estelí, dispone de una base de datos que contiene los nombres e información precisa de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos bilingües, en donde se identificaron catorce y se seleccionaron siete de ellos, tomando en cuenta la accesibilidad a estos y la disponibilidad de sus propietarios.

Debido a la inexistencia de antecedentes y posible escasez de información, se decidió elaborar entrevista a partir de fuentes propias a los turistas y propietarios respectivamente, para llevar a cabo la investigación y obtener los resultados.

Según López (2013), existe una jerarquización de los idiomas que se hablan mundialmente, el Mandarín es el primer idioma que tiene más de 1.151 millones de hablantes como primera o segunda lengua. El español por su bajo nivel de dificultad para aprender está en segundo lugar y el inglés en tercer lugar, conocido como el idioma universal o el idioma de negocios.

Nicaragua es un país hispanohablante por lo cual, para la prestación de un servicio turístico a turistas extranjeros se necesita dominar el idioma que más predomina, el inglés. A partir del artículo de López (2013), mencionado



anteriormente, complementado con la línea de investigación Turismo y Desarrollo Sostenible y el tema Los idiomas en el turismo facilitada por la Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí (2010), se delimitó el tema de investigación.



1.2. Planteamiento del problema

La oferta turística del departamento de Estelí se encuentra en aumento, debido a la gran afluencia de turistas que buscan satisfacer sus diversas necesidades. Sin embargo, a pesar de que existe una gran diversidad de servicios turísticos, muchos de estos no cuentan con la aplicación del servicio bilingüe, lo cual es una limitante para la diversificación de la oferta y la competitividad en la industria turística.

Por otra parte, los prestadores de servicios turísticos bilingües no cuentan con capacitación ni evaluación adecuada sobre la calidad en la aplicación de dichos servicios, lo cual provoca deficiencia en la comunicación, interacción y satisfacción del turista. Así mismo, la adecuada implementación de los idiomas en los servicios turísticos en la ciudad de Estelí, permitirá un desarrollo satisfactorio, puesto que contribuirá a eliminar las barreras que obstruyen la disponibilidad de atención a cualquier tipo de turista, sin importar su nacionalidad o idioma.

La base del planteamiento del problema, se dedujo a partir de las entrevistas aplicadas a propietarios de establecimientos turísticos bilingües y a turistas nacionales y extranjeros que utilizan dichos establecimientos, según Torres (2009) es necesario el dominio de varios idiomas, ya que esto facilita una mejor interacción con el turista y permite brindar servicios de calidad.



1.3. Preguntas problemas

¿Qué establecimientos prestan servicios turísticos bilingües?

¿Cuál es la situación actual de los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües?

¿La calidad en atención por medio de los servicios turísticos bilingües brindados por parte de los prestadores de servicios, es buena?

¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a los servicios turísticos bilingües en el municipio de Estelí?

¿Qué acciones se pueden tomar para el mejoramiento del servicio turístico bilingüe?



1.4. Justificación

El nivel de visitas por parte de turistas extranjeros está aumentando cada vez más en Nicaragua. Esto demanda mayor atención en los destinos turísticos, por lo que se requiere identificar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos, para una mejor atención al turista (INTUR, 2012). Lo mismo ha sucedido en la ciudad de Estelí donde el auge del turismo ha incrementado debido a los diferentes atractivos naturales, culturales e históricos que posee. Por tal razón, es necesario promover la eficiencia de los locales prestadores de servicios turísticos.

El tema de los idiomas en el turismo; de la línea de investigación Turismo y Desarrollo Sostenible de la carrera de turismo sostenible, es de mucha importancia, ya que en muchos lugares se desconoce su significado o relevancia, siendo este necesario para complementar la oferta turística que garantice la satisfacción del turista, y una mayor popularidad.

Las llegadas de turistas internacionales se incrementaron en un 4,6% en la primera mitad de 2014 según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Por tal razón se considera que el turismo es rentable en la actualidad, siendo así el dominio de idiomas una necesidad para los facilitadores de servicios turísticos. Los idiomas en el turismo es un tema de interés mundial, y para los turistólogos es mucho más relevante, ya que una de las prácticas laborales es transmitir información turística en un segundo idioma.

Por todo lo antes mencionado, este trabajo investigativo facilitará el cumplimiento de los objetivos planteados, (ver página 13) y permitirá un conocimiento a profundidad de dicho tema. Así mismo, la investigación proporcionará datos muy importantes que indicaran las fortalezas y debilidades de los negocios prestadores de servicios turísticos bilingües.



II. Objetivos de la investigación

2.1. Objetivo general

- Diagnosticar la atención de los prestadores de servicios turísticos bilingües del municipio de Estelí, en el segundo semestre del año 2014.

2.2. Objetivos específicos

- Identificar los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües.
- Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.
- Valorar el grado de satisfacción de los turistas.
- Formular estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos bilingües.



III. Marco teórico

El presente marco teórico expresa las bases científicas sobre las cuales se enmarca la elaboración de este seminario de graduación, fundamentado a través de los siguientes términos:

3.1. Normativa legal

Ley General de Turismo

CAPÍTULO I

Artículo 1.- La presente Ley tiene por objeto regular la industria turística mediante el establecimiento de normas para garantizar su actividad, asegurando la participación de los sectores públicos y privados (Nuñez, 2004).

3.2. Turismo y sus Tendencias Mundiales

El turismo se enfrenta a nuevos desafíos en torno al deterioro de la economía global. Sin embargo, a pesar de las fluctuaciones, puede llegar a ser uno de los factores claves que contribuyan a superar las dificultades económicas, además de jugar un rol vital en el desarrollo de la denominada “economía verde”, una actividad respetuosa del medio ambiente.

Las tendencias de la economía mundial y los cambios acelerados que se están verificando en todos los ámbitos, afectarán de manera significativa al desarrollo de la actividad turística: el incremento en los años de vida saludable de los seres humanos, el cambio climático, las innovaciones en el transporte, el comercio por Internet, las brechas en la distribución de la riqueza, a modo de ejemplo, delinearán el nuevo escenario para el turismo 2020 (Plan Nacional de Turismo Sostenible, 2009) .



3.3. La importancia del Turismo en Nicaragua

Según Martínez (2011), el turismo en Nicaragua es una gran fuente generadora de ingresos económicos, mejora la calidad de vida, exige que se mejoren infraestructuras, servicios, se da a conocer la cultura, se reconocen sitios de gran relevancia por parte de organismos internacionales, se pueden aprender otros idiomas.

Asimismo, despierta el interés de un desplazamiento de personas desde su lugar de residencia a otros, demandando una gama de servicios turísticos en el destino visitado; pero a todo destino se le puede presentar en un momento dado un declive, debido a que sus recursos no fueron utilizados de la mejor forma, es decir sin una planificación previa y tomando en cuenta consecuencias que se puedan presentar en un futuro no muy lejano (Martínez., 2011).

3.4. Beneficios Económicos que aporta el turismo al país

El turismo es una fuente generadora de empleos directos e indirectos, lo cual produce impactos positivos en el desarrollo económico del país.

El turismo es una herramienta de estrategia para el desarrollo económico local, por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica; por otro, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (debe considerarse que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por empresas PYMES).

Además, a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva, por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para hombres, mujeres y jóvenes (Tapia, 2011).

Además de lo mencionado anteriormente, el turismo estimula la comprensión de los impactos del mismo sobre los recursos naturales y culturales, induce a la



planificación regional, logrando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía, promueve la mejora de las infraestructuras de servicio al turismo (vías de comunicación, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado sanitario, recolección y deposición final de sólidos, aeropuertos, marinas, etc.), promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía, vestimenta, música, manifestaciones religiosas etc.) (Veraangie, 2011).

3.5. Posicionamiento turístico de Nicaragua en el ámbito internacional

Nicaragua, y especialmente el norte, no se identifica con algo concreto entre la demanda, quizás por no tener unos productos acabados, ya que lo que se ofrece son más bien recursos (materia prima), lo que supone no tener una imagen concreta de destino. Ello históricamente se ha debido, además de la carencia de productos, a la falta de promoción ordenada de los existentes, decantándose por otra parte estos hacia la región del pacífico.

Sin embargo, el descenso de la conflictividad social y el inicio de la puesta en valor de recursos tanto naturales como culturales e históricos, puede presentarse como el inicio de un desarrollo turístico en alza. No obstante, aún persisten problemas que amenazan ese futuro. Caso de los índices de pobreza, enfermedades, ordenamiento territorial, además de las crisis internacionales que afectan a los países más débiles.

A pesar de ello, como oportunidades se presenta la creación de la marca centroamericana como la tendencia de la demanda a buscar unas experiencias ligadas a los aspectos tradicionales como la ubicación geográfica y la capacidad del país y departamentos de realizar desarrollo sostenible (Olivares, 2005). (Ver anexos página 49).



3.6. Turismo en la ciudad de Estelí

El Departamento de Estelí está ubicado en la región Norte de Nicaragua y tiene una extensión de 2,230 Km², con una población de 230 mil habitantes. Se compone de seis municipios que son La Trinidad, San Nicolás, Condega, Pueblo Nuevo y San Juan de Limay además de Estelí, su cabecera departamental.

Debido a su posición estratégica la ciudad de Estelí se encuentra atravesada por la carretera panamericana, haciendo de esta un sitio de tránsito y de intercambio comercial; esto ha permitido el aumento de llegadas por parte de turistas al municipio, razón por la cual se ha incrementado la demanda de nuevos y mejores servicios.

Estelí cuenta con una gran diversidad de atractivos y recursos naturales (producción de tabaco, cascadas, reservas naturales, arqueología, artes y artesanías), además de infraestructuras que respaldan la implementación de actividades turísticas.

Los principales atractivos turísticos del municipio son: Reserva natural Tisey-Estanzuela, paisaje terrestre protegido Mirafior-Moropotente, Reserva Tomabú Reserva Quiabú, La Casita, Plaza parque Domingo Gadea, Museo de Historia y Arqueología Dr. Alejandro Dávila Bolaños.

3.7. Bilingüismo

La palabra Bilingüe proviene del latín “bilinguis”, que es una palabra formada por dos claros componentes latinos: el prefijo “bi”, que puede traducirse como “dos”, y el sustantivo “lingua”, que es sinónimo de “lengua”. Bilingüe es un adjetivo que se utiliza para nombrar a quien habla dos lenguas o a aquello que está escrito en dos idiomas.

Una de las características más singulares del mundo contemporáneo es la importancia asignada a la adquisición de una segunda lengua como garantía para la competitividad en un mundo cada vez más globalizado. Este hecho ha llevado a



los gobiernos del mundo a crear planes para promover el bilingüismo (Jenny Bermudez, 2004).

El bilingüismo es muy importante ya que permite acceder con mayor facilidad a un empleo, ya que hoy en día los idiomas son un pilar muy fuerte al momento de conseguir un trabajo, además este facilita obtener conocimientos de otras culturas asimismo evitar las barreras idiomáticas en la prestación de los servicios turísticos bilingües. El palabra bilingüe ha sido utilizado para propósitos de esta investigación, para introducir al lector y que tenga idea del término bilingüismo.

3.8. Calidad

Calidad se refiere “a la satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del valor que han recibido y percibido” (OMT, 1988, pág. 341).

La calidad en los servicios turísticos bilingües determinan el grado de satisfacción del turista, permitiendo así el aumento en la demanda turística, mejor aceptación en el mercado y el incremento de los ingresos económicos locales y del país.

3.9. Calidad turística

La calidad turística es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural (OMT, Introducción al turismo, 1988).

Según la OMT (1998, p. 342), entre los aspectos fundamentales de la calidad turística se encuentran:

- Los clientes son los que evalúan si la relación, satisfacción/precio es adecuado.



- Los turistas basan sus criterios en las expectativas que se habían formado previamente.
- Es importante que el precio se ajuste al valor real, que el servicio aporta al turista.
- Cuidar el servicio como la percepción que los turistas tienen de esta.

3.10. La calidad de los servicios turísticos bilingües

La calidad de los servicios turísticos bilingües implica responder adecuadamente a las necesidades bilingües de los consumidores, mayormente extranjeros y dar respuestas a sus expectativas previas haciéndoles corresponder con la realidad de las prestaciones recibidas. Para la identificación de las expectativas del turista es necesario llevar a cabo investigaciones de mercado que indiquen la segmentación en la que se está dirigiendo (OMT, Organización mundial de turismo, 2014).

3.11. Importancia de brindar calidad en la prestación de servicios turísticos bilingües

Según Torres (2009), es de gran importancia brindar un servicio de calidad, porque de esta depende la satisfacción del turista y la óptima promoción del destino visitado. Así mismo, esto potencializa la competitividad en los servicios brindados, lo cual facilita garantizar la confiabilidad de los turistas.

3.12. Servicios Turísticos

Los servicios son acciones que se llevan a cabo para lograr la satisfacción de una necesidad de una o más personas. Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo (la actividad que desarrolla un individuo cuando, con fines de ocio, descanso u otro, se traslada a un lugar distinto al que se localiza. Según la OMT (1998), entre estos servicios se encuentran:

Servicio de alojamiento: Es la acción y efecto de alojar o alojarse (hospedar, aposentar). El uso más frecuente del término está vinculado al lugar donde las



personas pernoctan o acampan, generalmente en medio de un viaje o durante las vacaciones. Los hoteles, los albergues y las posadas son tipos de alojamiento, estos pueden ser con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de alimentación: cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

Servicio de guía: cuando se preste servicios de guiado turístico profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.

Servicio de acogida: cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.

Servicio de información: cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Servicio de intermediación: cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.

Servicios de consultoría turística: está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

3.13. Servicios Turísticos Bilingües

Los servicios turísticos bilingües se han convertido en una necesidad en el campo laboral actual, debido al auge del turismo en Nicaragua y tiene que ver con brindar servicios propiamente con el manejo de dos idiomas en mayor o menor medida.

Una persona bilingüe es la que tiene la capacidad de manejar dos idiomas, de manera indistinta, es decir que se pueda expresar en ambos idiomas, sin ningún problema por esta razón, para poder brindar servicios turísticos bilingües se requiere dominar la lengua local y una extranjera (Español-Inglés), (Español-Francés), (Español-Alemán), (Alemán-Mandarín) (Fajardo, 2009).



- **Resumen de marco teórico**

La elaboración del marco teórico es fundamental para conocer los términos implementados en esta investigación y comprender el contenido de este. Para establecer una valoración de la calidad turística de los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües, fue necesario partir de la normativa legal que incide en el cumplimiento de las leyes turísticas, continuando con las tendencias del turismo a nivel mundial, con el propósito de conocer las actividades turísticas que presentan mayor demanda a nivel internacional.

Por otra parte, ha sido indispensable plasmar el posicionamiento de Nicaragua en el ámbito internacional para lograr determinar la cantidad de turistas extranjeros que visitan el país e identificar la importancia de proporcionar una oferta idiomática diversificada en el mismo. La calidad turística es un regulador de la oferta y demanda de productos y servicios turísticos, la cual permite identificar si los establecimientos turísticos bilingües visitados cuentan con los requerimientos necesarios para ofrecer un servicio de calidad.



IV. Diseño Metodológico

4.1. Tipo de investigación

Esta investigación es de carácter cualitativo-descriptivo (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010), basándose en el análisis subjetivo e individual, no hay manipulación de variables, estas se observan y se describen tal como se presentan en su ambiente natural. Permitiendo así, hacer visitas a los establecimientos turísticos que ofrecen servicios bilingües, de este modo se obtuvo un informe el cual permita, conocer la calidad con la que se brindan los servicios.

4.2. Universo de estudio

La población objeto de estudio son catorce establecimientos que brindan servicios turísticos bilingües, en los cuales se identificó la calidad con la que brindan los servicios, además el personal con los que cuentan dichos establecimientos.

4.3. Localización o área de estudio

La investigación sobre la evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües en el segundo semestre del año 2014, la cual se realizó en el casco urbano del municipio de Estelí.

4.4. Muestra

Muestreo probabilístico (aleatorio): En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra (Ferrer, 2010).

La gestión para identificar los locales prestadores de servicios turísticos se realizó con INTUR. Del cual se seleccionaron aleatoriamente siete establecimientos que prestan el servicio, donde se aplicaron entrevistas a los propietarios de establecimientos y también, a los consumidores de servicios turísticos tanto nacionales como extranjeros.



Los establecimientos seleccionados fueron:

- Hotel HEX
- Hotel Los Arcos
- Hostal La Riviera
- Sonati
- Café luz
- Oficina de Información turística TreeHuggers
- Hotel Moderno

4.5. Técnicas de recolección de datos

4.5.1. Entrevista

Las entrevistas aplicadas en la investigación según el criterio de su contenido fue de: situación, estas surgen tras un hecho puntual que resulta novedoso, se aplicaron cara a cara (en persona), lo que facilita la repregunta y tomar nota o mostrar los gestos, reacciones, postura, y tono del entrevistado. La entrevista se utiliza para profundizar un tema, se dirige a personas que por sus características y sus condiciones manejan información importante en una investigación (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010).

4.6. Etapas de la investigación

Las etapas de investigación permitieron realizar el proceso de elaboración de la investigación, las cuales se presentan a continuación:

1. Etapa exploratoria

En esta fase se consultó libros, páginas web, y posteriormente se realizó la coordinación con INTUR para delimitar los establecimientos turísticos a estudiar.



2. Elaboración de instrumentos y levantamiento de información

Este instrumento de recopilación de información (Entrevista), fue creado en base al formato utilizado en las prácticas de familiarización del año 2013 de la carrera de Turismo Sostenible, se validó tomando una muestra al azar de cinco personas, luego se aplicó a propietarios, así como turistas nacionales y extranjeros (Ver anexos, página 42), para recopilar la información, las que facilitaron la elaboración del documento.

3. Análisis y ordenamiento de la información

Para procesar la información obtenida, se utilizó una matriz de sistematización de datos, la cual incluye preguntas y respuestas vinculadas con cada uno de los objetivos de la investigación. Esta permitió hacer un análisis de las respuestas brindadas por parte de los propietarios y turistas de los establecimientos turísticos bilingües. Para la elaboración de la matriz se utilizó el programa de Microsoft Word.

4. Informe final

Para la organización de la estructura del presente documento, se siguió el formato estipulado para la elaboración de modalidad de graduación, el cual permitió tener un mayor orden en la elaboración del informe final.



4.7. Tabla de operacionalización de variables

Objetivos específicos.	Variables.	Indicadores.	Preguntas orientadas.	Instrumentos.
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	Establecimientos Turísticos.	Calidad.	¿Cuál es la percepción de los turistas con respecto a los servicios turísticos en el municipio de Estelí?	Entrevistas.
Identificar los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües.	Servicios turísticos bilingües.	Formación de los Recursos humanos: capacitación.	¿Está capacitado todo su personal para ofrecer servicios turísticos bilingües?	Entrevistas.
Valorar el grado de satisfacción de los turistas.	Satisfacción. Visitantes.	Calidad. Nacionales o extranjeros	¿Está de acuerdo con la calidad del servicio brindado?	Entrevistas.
Formular estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos bilingües.	Establecimientos turísticos. Servicio turístico.	Calidad y servicios.	¿Está de acuerdo con los resultados obtenidos a través de la investigación presentada?	Entrevista.



V. Resultados

La elaboración de esta investigación pretende valorar la atención de los prestadores de servicios turísticos bilingües del municipio de Estelí, en el segundo semestre del año 2014, para esto es preciso establecer la importancia de brindar dichos servicios.

Para realizar la presente investigación se solicitó el apoyo de INTUR, dicha institución facilitó una lista de los establecimientos que brindan servicios turísticos bilingües; posteriormente se seleccionaron siete locales que prestan el servicio, en los cuales se aplicaron entrevistas a los turistas nacionales y extranjeros, así como a propietarios de establecimientos turísticos de la ciudad de Estelí.

Resultado N° 1

Establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües en la ciudad de Estelí

- Hotel HEX
- Hotel Los Arcos
- Hostal La Riviera
- Sonati
- Café luz
- Oficina de Información turística TreeHuggers
- Hostal Moderno

Estos locales brindan variedad en sus servicios de los cuales se logró identificar:

Hotel Hex

El hotel Hex se encuentra ubicado en el km 149 carretera panamericana, en el centro comercial multicentro Estelí. A través de la entrevista aplicada en este establecimiento, se obtuvo que se considera necesario disponer de personal bilingüe ya que reciben huéspedes de diferentes nacionalidades, lo cual les



permite satisfacer las necesidades que estos presentan. De igual forma, se conoce que los trabajadores presentan el interés por aprender otro idioma.

Por otra parte, se comentó que no disponer de personal bilingüe obstaculiza la comunicación con personas del habla inglés, afectando directamente a la calidad de los servicios turísticos y por ende a la competitividad dentro de la industria turística; de igual manera agregó que a nivel general tener desconocimiento de un idioma extranjero, limita las oportunidades de empleo.

Entre las soluciones planteadas se expresó que ofrecer cursos gratuitos de idioma es una buena solución porque permite el acceso a todas las personas a ampliar sus oportunidades y mejorar su nivel de vida; cabe mencionar que el personal de Hotel Hex tiene conocimientos de los idiomas inglés y alemán.

Hotel Los Arcos

Hotel Los Arcos se encuentra ubicado de costado noreste del parque 16 de Julio media cuadra al norte; ofrece los servicios de alojamiento y alimentación con tarifas de \$ 45 - \$ 90 por persona en cuanto a servicio de alojamiento y \$10 - \$ 20 en el servicio de alimentación. Posee una capacidad de carga de doscientos noventaicuatro personas. La cantidad de visitantes varía de acuerdo a la época del año, al inicio del año la demanda es de 3000 personas, a mediados del año 2500 personas y al finalizar el año es de 3,500 personas.

El hotel Los Arcos facilita cursos de capacitación a sus colaboradores de los cuales la mayoría asiste, pero de estos solo tres colaboradores manejan perfectamente el idioma inglés,

Un establecimiento con bajo nivel de calidad no será una fuerte competencia para los demás establecimientos en el ramo turístico y ocasionara grandes pérdidas de clientes potenciales que no generaran valores económicos, menciono el administrador de hotel Los Arcos. Por otra parte, brindar un servicio personalizado aumenta los estándares de calidad en los mismos.



Las instituciones encargadas de velar por los servicios al cliente deben exigir a los prestadores dar un buen servicio a los turistas para mantener una buena imagen de la ciudad y país, también es importante impartir cursos de idiomas pero a la vez es necesario el interés para que estos puedan ser aprovechados correctamente y ser útiles para el desarrollo de la actividad turística.

Hostal La Riviera

El Hostal la Riviera se encuentra ubicado de los Bancos dos cuadras al oeste y dos cuadras al Norte. Los precios de los servicios de alojamiento se encuentran desde \$20.00 habitación individual, \$30 habitación matrimonial y \$12 habitación triple y los servicios por alimentación entre C\$70 y C\$180. Su capacidad de carga es de doscientos cuarenta personas.

El establecimiento recibe ciento treinta y cinco personas al inicio del mes, noventa y siete personas a mediados del año y ciento cincuenta personas a final del año, de estos la mayoría son extranjeros y grupos como el de vida joven y ministerio Shalom; ella considera que el local necesita un personal bilingüe porque notan la necesidad de comunicarse con la clientela extranjera.

La falta de comunicación entre cliente y colaboradores provoca la incompreensión y dificultad de entender lo que el cliente necesita teniendo como resultado pérdida de clientes y ganancias económicas. También, considera que aprender el idioma e informarse de otras estrategias de comunicación como el uso de las nuevas tecnologías, es importante para brindar un servicio de calidad.

Asociación Sonati Nicaragua

Asociación Sonati Estelí, Nicaragua se localiza de la esquina noreste de la Iglesia Catedral Nuestra Señora del Rosario tres cuadras al este. Los costos por los servicios que ofrecen que son los siguientes: Dormitorios \$8-9, habitaciones privadas \$14-28 con libre acceso en el área de cocina para preparar alimentos. Tienen la capacidad de atender a veinte y cuatro personas.



La demanda por turistas nacionales y mayormente turistas internacionales hace que diciembre, abril, julio y agosto sean los meses pertenecientes a la temporada alta. Debido a este último principal segmento de mercado se requiere un personal bilingüe, según Rosales los trabajadores sí pretenden tener interés en aprender idiomas para que la comunicación inadecuada con el cliente e inconformidad de los mismos no sea una limitante.

Señalo que el idioma mundialmente más hablado es inglés y para contrastar este mismo, la solución es crear cursos de inglés enfatizados en la conversación para sostener una comunicación coherente entre trabajador y turistas y así ayudar a brindar un servicio bilingüe de calidad.

Oficina de Información turística TreeHuggers

La Oficina de Información turística TreeHuggers, un negocio sin fines de lucro, se encuentra situada de la esquina Noroeste del parque central 16 de Julio 1 cuadra al norte y 1 cuadra al este. Los servicios que se ofrece son tours guiados a: Somoto \$25 por persona, Mirafior \$15 por persona y Mirafior con tour, alojamiento y comida \$22 por persona, Tisey \$15 por persona. La capacidad de carga en la oficina es de veinte y cinco personas y se ha establecido tres turistas por guía para brindar un servicio más personalizado especialmente con lo que respecta al idioma.

La mayoría de los turistas que reciben son extranjeros por lo tanto para la oficina de información turística es fundamental tener un personal bilingüe para poder brindar la información correcta y así satisfacer las necesidades de los excursionistas o turistas. La demanda al inicio del año es de ciento cincuenta personas, a mediados del año ciento ochenta personas y a finales del año es de cien personas en su mayoría nacionalidad extranjera variada.

Es evidente el interés de los colaboradores para aprender otro idioma puesto que estos se encuentran estudiando para así suplir las necesidades de los turistas que frecuentan la oficina y obtener el servicio ofertado y/o para participar en el Bibliobús una actividad social que se lleva a cabo cada quince días en las



escuelas primaria de las comunidades que pertenecen a la zona de amortiguamiento de Mirafior Moropotente.

El desconocimiento del uso de un idioma obstaculiza la comunicación y comprensión al ofrecer el servicio bilingüe y da lugar a un mal servicio prestado al cliente y pocas oportunidades de crecer en el mercado es por esto que ella indica que motivar a los colaboradores aprender idiomas es de utilidad para la oficina. Queda demostrado que las capacitaciones constantes son de muchas importancia especialmente en esta misma, de lo contrario TreeHuggers no estaría posicionado como uno de los negocios más visitados por turistas internacionales.

Hotel Moderno

El Hotel Moderno se sitúa del costado sureste de la iglesia catedral Nuestra Señora del Rosario dos cuadras y media al sur. Se ofrece servicios de alojamiento; habitación sencilla C\$350 por persona, habitación doble C\$450 por noche, habitación triple C\$550 por noche. Su capacidad para alojar turistas es de veinte y cinco personas en las once diferentes habitaciones que poseen.

El establecimiento requiere de personal bilingüe porque a veces tienen personas extranjeras y los trabajadores no hablan algún idioma. Jorge aclaró que los colaboradores tienen interés de aprender idiomas porque ayuda a desempeñarse en el trabajo y para brindan.

Para la comunicación con personas que no dominan un idioma extranjero una vía de acceso es el lenguaje corporal, sin embargo esta da lugar a la incompreensión del mensaje y la poca credibilidad de la misma. Por tal razón es de gran utilidad permitir a los trabajadores estudiar y ser flexibles en los horarios, porque en el futuro los propietarios de estos establecimientos turísticos también serán beneficiados con un personal bilingüe calificado.

Los recursos económicos es una de las principales limitantes en estos casos, es por esto que las empresas prestadoras de servicios turísticos deben poner a disposición de sus trabajadores cursos gratuitos de idiomas.



Resultado N° 2

Este resultado presenta la importancia de brindar servicios turísticos en la actualidad, estableciendo que es fundamental tener conocimientos de una o más lenguas extranjeras, porque no todos los turistas extranjeros que arriban al país dominan la lengua local, permitiendo así brindar información y que exista una mayor comprensión, para poder lograr la retroalimentación y garantizar un mejor servicio.

En la actualidad el turismo en Nicaragua, es una gran fuente generadora de ingresos económicos, mejora la calidad de vida, exige que se mejoren infraestructuras, servicios, se da a conocer la cultura, se reconocen sitios de gran relevancia por parte de organismos internacionales, se pueden aprender otros idiomas, etcétera.

En la ciudad de Estelí, se ha proliferado la oferta turística rural comunitaria, permitiendo el aumento de llegadas de turistas nacionales y extranjeros, lo cual implica el incremento y mejoramiento de la infraestructuras turística, servicios de alojamiento y de alimentación, guías turísticos bilingües entre otros.

Resultado N° 3

A través de la aplicación de entrevistas a los turistas, para valorar el grado de satisfacción de los mismos se obtuvo lo siguiente: los turistas entrevistados desean mejor atención en cuanto al cuidado y limpieza en las habitaciones. Ya que esto permite brindar un servicio de calidad en cada área para garantizar el buen funcionamiento de establecimientos turísticos.

Brindar un servicio de calidad permite tener más llegadas de turistas al mismo sitio, permitiendo que el establecimiento turístico se mantenga durante todo el año, ya que en el mercado turístico, como en todo mercado existen temporadas altas y bajas.

Para ofrecer servicios de calidad, se debe capacitar constantemente al personal de la empresa para satisfacer las necesidades de los turistas, esto permite el buen



funcionamiento y el posicionamiento de los establecimientos prestadores de servicios turísticos, como también permite mostrar una buena impresión al turista.

Es muy importante destacar que el precio juega un papel muy significativo en lo que a calidad se refiere, porque este determina la eficacia con la que se prestan los servicios; sin embargo, no siempre el precio está de acuerdo a la calidad con la que se ofrece el servicio.

Otro punto muy importante es dar servicios de calidad a todos por igual, debido que como consumidor de servicios turísticos cada quien merece ser atendido de la mejor manera posible, sin que existan preferencias de raza, color, nacionalidad etc.

Resultado N° 4

Para dar cumplimiento al cuarto objetivo planteado (ver página 13), se propone formular estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos bilingües, estableciendo las siguientes:

- Comunicación con las entidades de capacitación en temas relacionados a calidad turística bilingüe para la adecuada prestación de servicios turísticos.
- Obtención de medios apropiados para el aprendizaje de los idiomas que se requieran.
- Instituir alianzas entre los establecimientos prestadores de servicios turísticos, con el fin de fortalecer e incrementar la oferta turística.
- Ofrecimiento de cursos de aprendizaje de idiomas, impartido por parte de profesionales en el tema.
- Organizar un grupo focal con el Gabinete de turismo de municipio de Estelí para mostrar los resultados obtenidos de la investigación, con el fin de dar a conocer el estado actual de la calidad de los servicios turísticos bilingües de la ciudad de Estelí y presentar estrategias para el mejoramiento de estos.



5.1. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Aumento en la actividad turística.• Segmentación de mercado.• Ofrecer información en inglés en los establecimientos turísticos.• Interés por parte de los colaboradores por aprender otro idioma.• Oferta idiomática diversificada.	<ul style="list-style-type: none">• Poco personal en los establecimientos turísticos• Escaso personal bilingüe.• Escaso mantenimiento en la infraestructura de los establecimientos.• Falta de iniciativa de empresarios nacionales para invertir en el sector turismo.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Creación de nuevos empleos.• Mejor posicionamiento en el mercado turístico.• Acceso a mejores oportunidades de empleo.• Ampliar el segmento turístico ofrecido.	<ul style="list-style-type: none">• Poca reciprocidad en la información solicitada por parte del turista extranjero.• Poca satisfacción del cliente• Bajo rendimiento en los niveles de calidad.• Irregularidad en los precios de los servicios brindados.• Apoderamiento del mercado turístico nacional por parte de extranjeros.



VI. Conclusiones

Se logró identificar que no todos los establecimientos que ofrecen servicios turísticos bilingües cuentan con un personal capacitado, debido al poco interés de los dueños de los mismos. Esta investigación es pionera, ya que no existían antecedentes directos sobre el tema en cuestión, así mismo es un medio para contribuir a incentivar la continuidad de dicha investigación para poder fortalecer el vínculo que existe entre los idiomas y el turismo.

Esta investigación es de mucha importancia, debido a que en la actualidad los idiomas son necesarios para lograr satisfacer la demanda de turistas extranjeros, permitiendo así una mejor comunicación, atención, reciprocidad entre turista y facilitador de servicios turísticos, agilidad para trámites de gestión y actividad turística y por ende ofrecer servicios de calidad

Además se concluye que el servicio turístico bilingüe no es regulado como una actividad que mejora el posicionamiento de la actividad turística de la ciudad de Estelí. Así mismo la educación que se brinda en los centros escolares públicos de Nicaragua se encuentra débil con respecto a otros países, ya que se debería implementar la enseñanza de un nuevo idioma en los salones de clases desde la enseñanza primaria.

En los últimos años, en países como España, el bilingüismo ha tomado especial relevancia. Buena muestra de ello es que cada vez más centros escolares, tanto escuelas como institutos proceden a una enseñanza basada en el bilingüismo. De ahí que muchas de las clases sean impartidas por los profesores en inglés para que así los alumnos, desde pequeños, tengan fluidez con el idioma (Fajardo, 2009).



VII. Recomendaciones

- Que el INTUR brinde capacitaciones a los establecimientos turísticos cada seis meses, con el propósito de mejorar la calidad de dichos establecimientos.
- Que los prestadores de servicios turísticos bilingües capaciten al personal con el que cuentan.
- Que los propietarios de servicios turísticos sean más accesibles al momento de brindar información del local.
- Contratar a un personal bilingüe capacitado para mejorar la calidad de la enseñanza en los idiomas.
- INTUR debe instar a los prestadores de servicios turísticos bilingües a brindar calidad, para mostrar una buena imagen de la oferta turística de la ciudad de Estelí.
- Dar continuidad a este tema de investigación, ya que es fundamental actualizar los temas en turismo, porque cada día se descubren nuevos sucesos.
- A propietarios de establecimientos turísticos, incluir en su plan de negocios estrategias para mejorar el nivel de idioma de sus trabajadores, mediante profesores certificados.
- A propietarios de establecimientos turísticos, asistir a capacitaciones facilitadas por INTUR.



VIII. Bibliografía

- Plan Nacional de Turismo Sostenible*. (2009). Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de Plan Nacional de Turismo Sostenible:
http://apps.mintur.gub.uy/Plantur/index.php?option=com_content&view=article&id=10: tendencias-del-turismo&catid=15:plan&Itemid=35
- EPYPSA, AFI, TEA CEGOS, Instituciones. (2011). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sostenible de Nicaragua*. Managua.
- Fajardo, M. (2009). *Que es significado y concepto de*. Obtenido de <http://definicion.de/bilingue>
- FAREM. (2010). www.farem.unan.edu.ni. Recuperado el 07 de 11 de 2014, de <http://www.farem.unan.edu.ni/docs/LINEAS-INVESTIGACION.pdf>
- Ferrer, J. (2010). Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- INTUR. (Agosto de 2011). Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de <http://www.intur.gob.ni/leyes-de-turismo/>
- INTUR. (2012). Recuperado el 07 de 11 de 2014, de www.intur.gov.ni/DOCS/ESTADISTICA/BOLETIN_Estadistica2012.pdf
- Jenny Bermudez, Y. F. (2004). Unisalle. Colombia. Obtenido de www.unisalle.edu.co
- Martinez, A. (2014). *El observador economico*. Recuperado el Sabado de Noviembre de 2014, de <http://www.elobservadoreconomico.com/>
- Martínez., M. O. (21 de Octubre de 2011). *El Nuevo Diario*. Recuperado el 21 de Octubre de 2014, de El Nuevo Diario: www.elnuevom.ni/opinion/230647odiario.c
- Nuñez, R. (2 de Julio de 2004). *INTUR*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de Asamblea General de la Republica: <http://www.intur.gob.ni/leyes-de-turismo/>
- Olivares, D. L. (2005). *El sistema turístico en Nicaragua*. producción: KRK ediciones.
- OMT. (1988). *Introducción al turismo*. Madrid, España.
- OMT. (2014). *Organización mundial de turismo*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2014, de http://dtx4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf
- Rigoberto. (2013). *El turismo y los idiomas en Centro America*. Managua.



Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: McGraw-Hill Interamericana.

Tapia, G. (2011). Turismo Sostenible. *Econ*, 1-23.

Torres, L. M. (2009). Recuperado el 29 de Septiembre de 2014, de www.monografias.com

Turismo, O. M. (s.f.). Recuperado el 24 de Octubre de 2014, de Wikipedia:
http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Servicios_tur.C3.ADsticos

Turismo, O. M. (s.f.). *La calidad del turismo: un marco conceptual* . Recuperado el 23 de Octubre de 2014, de La calidad del turismo: un marco conceptual: <http://sgc-aplicado.blogspot.com/2011/07/la-calidad-del-turismo-un-marco.html>

Turismo., O. M. (1988). *Introducción al Turismo*. Madrid, España.

Veraangie. (2011). *WordPress*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2014, de
<http://veraangie.wordpress.com/beneficios-que-se-derivan-del-turismo-sostenible/>



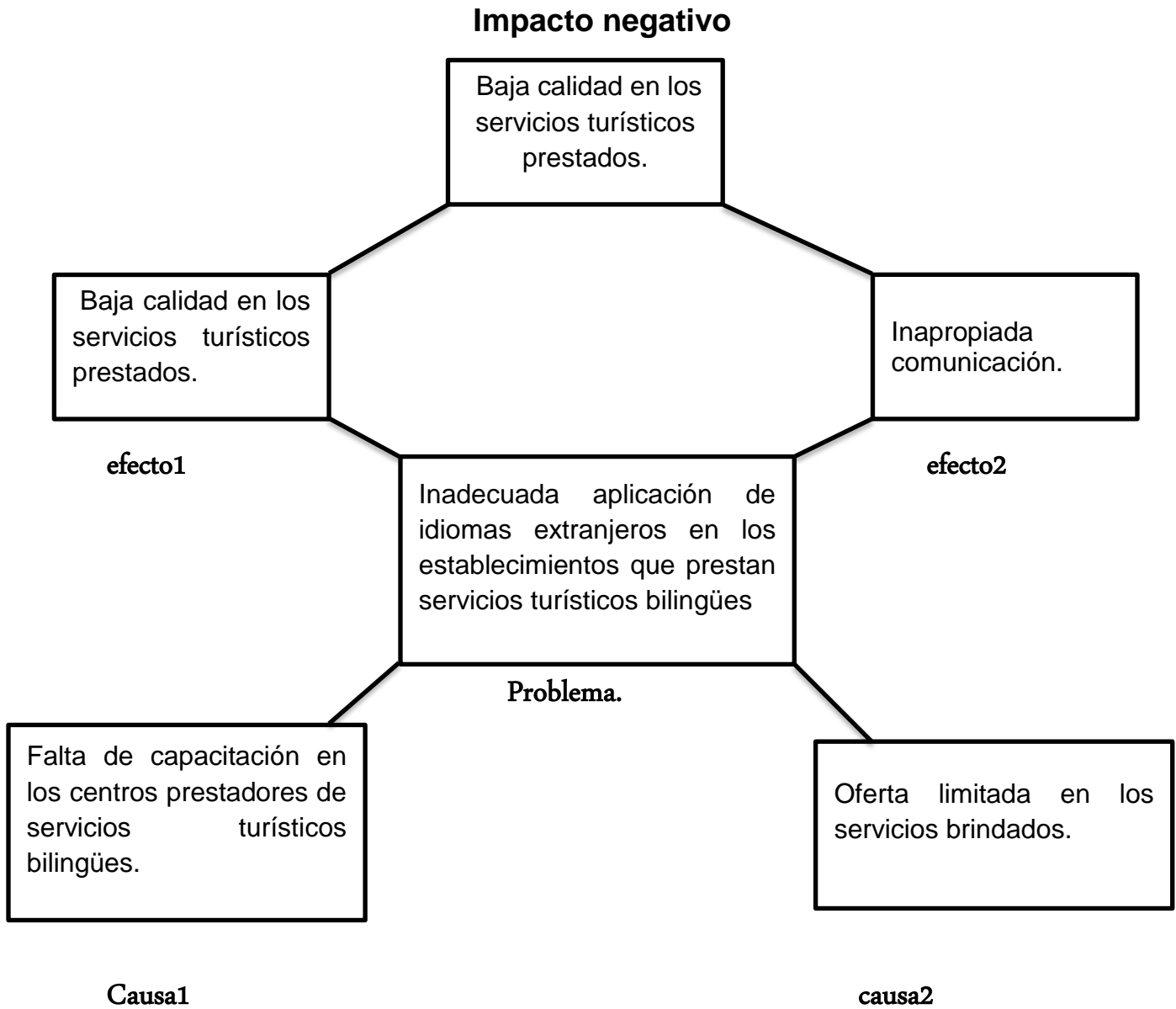
IX. Anexos

9.1. Cronograma de actividades, seminario de graduación

Cronograma de actividades 2014-2015							
Meses.							
	Septiembre	Octubre	Noviembre			Enero	
Etapa exploratoria	Lunes 15					Martes 13	Martes 20
Elaboración de entrevistas		Jueves 9					
Visita a los establecimientos		Viernes 10	Miércoles 29	Viernes 14			
Revisión documental				Jueves 6	Viernes 7		
Entrega de borrador				Lunes 17			
Pre-Defensa					Miércoles 26		
Entrega del documento final y defensa							

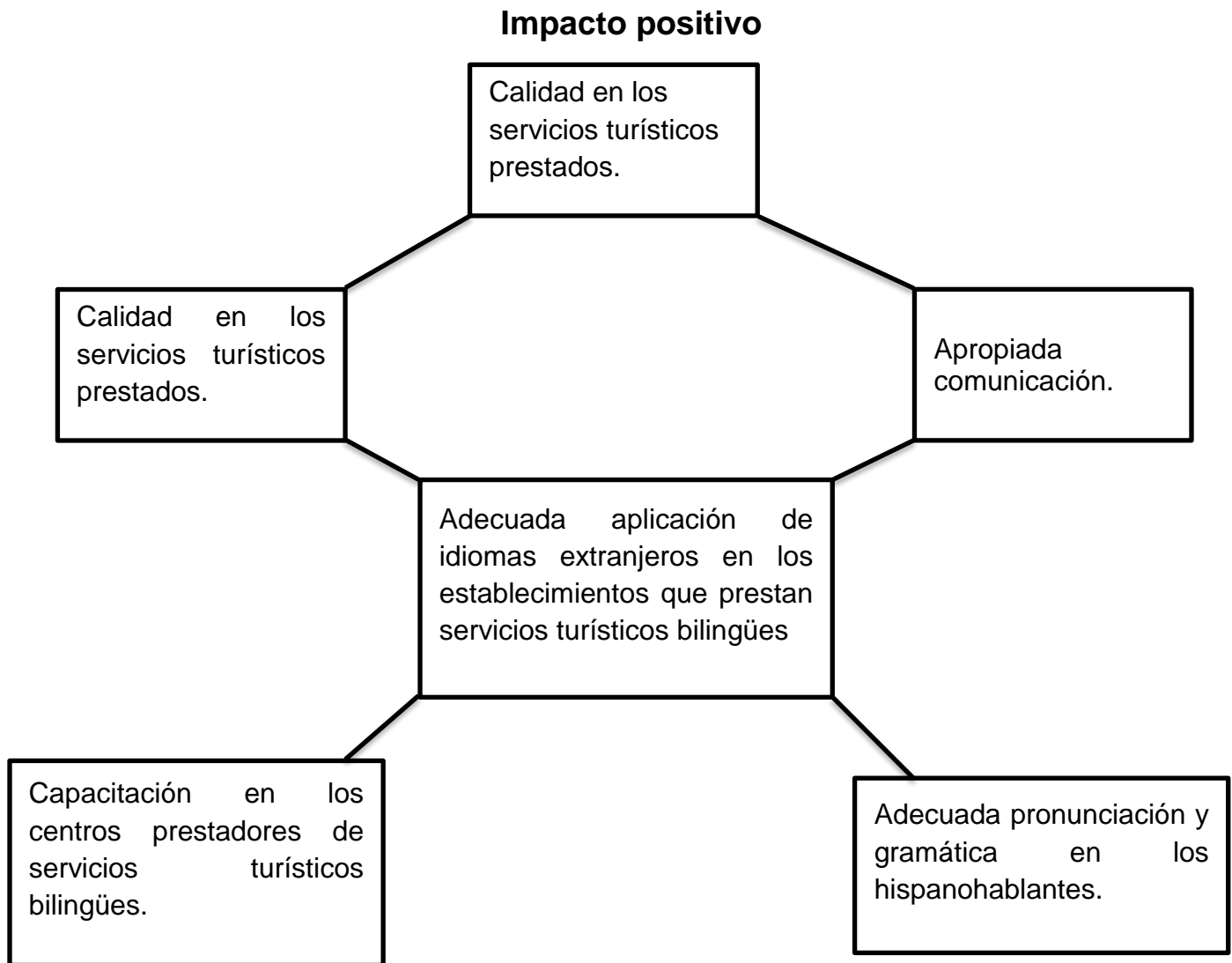


9.2. Árbol de problema





9.3. Árbol de objetivos





9.4. Material de apoyo (Entrevista)



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA
FAREM- ESTELI
Ciencia, Tecnología y Salud
Licenciatura Turismo Sostenible
Seminario de Graduación

Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües prestados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Entrevista dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Objetivo. Identificar la calidad de los servicios turísticos, brindados en los diferentes negocios turísticos de la ciudad de Estelí.

Datos personales.

Edad ____ sexo: M ____ F ____ comunidad _____ municipio _____
país de procedencia _____

¿El turismo es una actividad que cualquier persona puede hacer?

A) Si ____ B) no ____

Porque: _____

Cree usted que el turismo es una actividad rentable para:

- a) Todos
- b) Personas estudiadas
- c) Empresarios

¿Porque?



¿Tiene usted conocimientos de?

- a) Atractivos Históricos Sí _____ No _____
- b) Atractivos Naturales Sí _____ No _____
- c) Atractivos Artificiales Sí _____ No _____
- d) Atractivos Culturales Sí _____ No _____

¿Considera usted que es importante brindar un servicio de calidad?

Sí () No ()

Como:

¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado?

Excelente () Buena () Regular () Mala ()

Muy mala ()

¿Porque?: _____

¿Cuál cree usted que es el idioma que más se habla a nivel mundial?

Inglés () Francés () Español () Portugués ()

Alemán () Mandarín ()

¿Le gustaría que Nicaragua tuviera dos idiomas oficiales?

Si () No ()

¿Porque?

¿Porque es importante brindar calidad en los servicios prestados?



¿Usted cree que los propietarios de este negocio tengan interés en que sus trabajadores dominen otro idioma?

Si () No ()

¿Porque? _____

_____.

¿Cree que es importante brindar un servicio turístico bilingüe en la actualidad?

Si () No ()

_____.

Si, los propietarios no ofrecieran servicio bilingüe. ¿Cuál cree usted que sería la solución para este problema?

_____.

¿Considera que es importante dominar al menos un idioma que no sea la lengua materna?

Si () No ()

¿Porque? _____

_____.

¿Cree usted que con el auge del turismo y la prestación de servicios bilingües se perdería la lengua local?

Si () No ()

¿Porque? _____

_____.

¿Considera que los precios están de acuerdo a la calidad del servicio?

Si () No ()



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA
FAREM- ESTELI
Ciencia, Tecnología y Salud
Licenciatura Turismo Sostenible
Seminario de Graduación.



Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües prestados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Entrevista realizada a propietarios de servicios turísticos del municipio de Estelí departamento de Estelí.

Objetivo: Identificar la calidad de los servicios turísticos, brindados en los diferentes negocios turísticos de la ciudad de Estelí.

Nombre del Propietario (a):

Sexo: M () F () Edad: ____ Lugar de procedencia: _____

¿Cuáles son los costos por los servicios que ofrecen?

¿Capacidad de carga de su local?

¿Cantidad de visitantes que llegan al lugar? *Aproximado*

Inicio del Año: _____ A mediados del Año: _____ Final del año:

¿Cree que este local necesita un personal bilingüe para tener un buen servicio?

Si () No ()



¿Porque? _____

¿Usted cree que sus trabajadores tienen interés para aprender otro idioma?

Si () No ()

¿Porque? _____

¿Cuáles cree que son las limitantes de un lugar que no tenga personal bilingüe? _____

¿Cuáles cree usted que son las limitantes de una persona que no es bilingüe? _____

¿Cuál cree usted que será la solución para este problema? ¿Porque?

¿Cuál cree usted que es el idioma que más se habla a nivel mundial?

Inglés () Francés () Español () Portugués ()
Alemán () Mandarín () Otros

¿Considera usted que es importante brindar un servicio de calidad?

Sí () No ()

Como: _____



¿Qué idiomas maneja el personal de su establecimiento?



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA
UNAN-MANAGUA
FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA
FAREM- ESTELI
Ciencia, Tecnología y Salud
Licenciatura Turismo Sostenible
Seminario de Graduación.**



Evaluación de la calidad de los servicios turísticos bilingües prestados en los establecimientos turísticos, en la ciudad de Estelí, el segundo semestre del año 2014.

Entrevista dirigida a delegación de INTUR del municipio de Estelí departamento de Estelí.

Nombre: _____

Sexo: M () F () **Edad:** ____ **Lugar de procedencia:** _____

1. ¿Existe interés por parte de INTUR en brindar capacitaciones sobre servicios turísticos bilingües?

2. ¿En el futuro INTUR planea establecer parámetros para la categorización de servicios turísticos bilingües?

3. ¿Imparten cursos de idiomas a los propietarios de los establecimientos turísticos? ¿Con que frecuencia se imparten? ¿Para cuantas personas se encuentra disponible?

4. ¿Qué métodos utiliza INTUR para delimitar si se brinda el servicio bilingüe en un establecimiento bilingüe?

5. ¿Con que frecuencia se realizan las inspecciones a los establecimientos turísticos?



9.5. Gráfico N° 1: Tendencias del turismo a nivel mundial

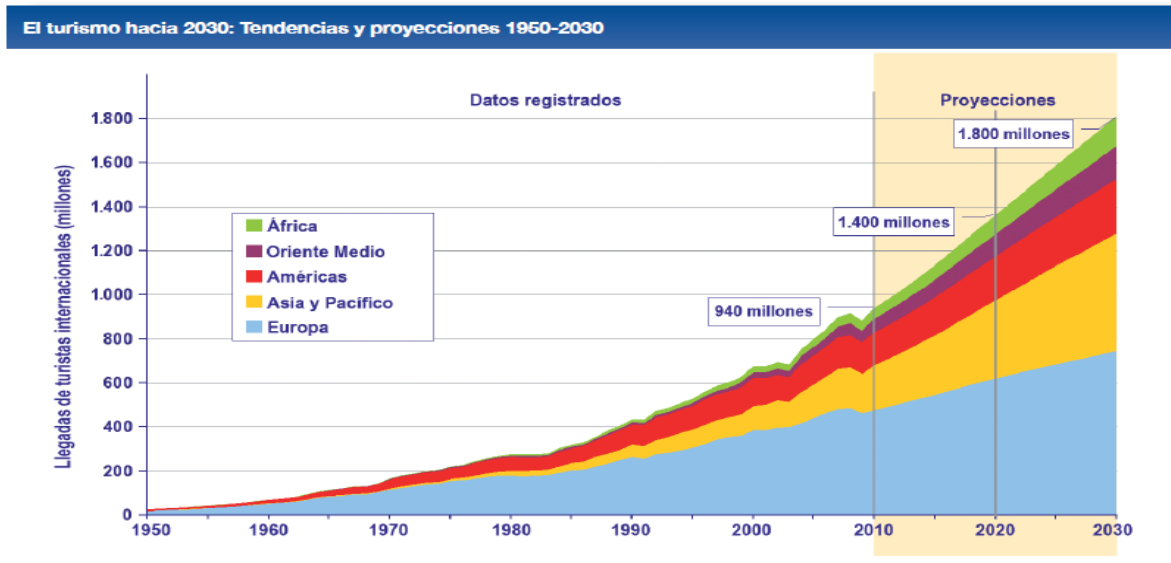


Gráfico 1: Tendencias del turismo a nivel mundial. (OMT, Organización mundial de turismo, 2014).

9.6. Gráfico N° 2: Turismo receptor por motivo de visita.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

Gráfico 2: Turismo receptor por motivo de visita.



9.7. Tabla N° 1: Llegada de extranjeros a Nicaragua según clasificación migratoria

Meses	Clasificación			Total
	Turistas	Excursionistas		
		Crucelistas	Visitantes del Día	
Enero	109,698	778	1,140	111,616
Febrero	92,400	4,474	744	97,618
Marzo	116,730	9,257	822	126,809
Abril	91,111	2,964	915	94,990
Mayo	93,138	1,334	938	95,410
Junio	104,006	0	1,042	105,048
Julio	115,624	0	830	116,454
Agosto	100,007	0	1,290	101,297
Septiembre	78,592	0	690	79,282
Octubre	84,614	4,073	809	89,496
Noviembre	97,638	2,705	795	101,138
Diciembre	145,852	6,669	1,475	153,996
Total	1229,410	32,254	11,490	1273,154

Tabla 1: Boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua N° 24 – Año 2013

9.8. Tabla N° 2: Llegadas de turistas a Nicaragua por vía aérea según región geográfica de nacionalidad

Meses	Regiones					Total
	Norte América	Centro América	Sur América	Europa	Otras	
Enero	19,530	6,728	1,147	3,544	947	31,896
Febrero	19,269	6,930	1,263	3,703	1,160	32,325
Marzo	25,047	7,820	1,220	3,115	1,546	38,748
Abril	15,500	7,509	1,640	2,723	2,315	29,687
Mayo	17,898	8,513	1,707	1,939	1,800	31,857
Junio	26,031	7,743	1,930	2,450	1,292	39,446
Julio	26,906	8,223	1,590	4,065	1,198	41,982
Agosto	18,254	7,645	1,556	2,908	1,297	31,660
Septiembre	10,956	7,220	1,399	2,198	1,064	22,837
Octubre	12,077	7,498	1,431	2,756	1,120	24,882
Noviembre	18,005	8,514	1,527	3,938	1,314	33,298
Diciembre	23,564	11,397	1,274	3,530	1,165	40,930
Total	233,037	95,740	17,684	36,869	16,218	399,548

Nota: - Norteamérica incluye Canadá, Estados Unidos y México.
 - Otras regiones incluye Las Antillas, Asia, Africa y Oceanía.

Tabla 2: Boletín de estadísticas de turismo de Nicaragua N° 24 – Año 2013.



9.9. Tabla N° 3: Compendio Estadístico de Turismo 2009-2013

Indicadores Básicos	Unidades	2009	2010	2011	2012	2013
TURISMO RECEPTOR						
<u>Llegadas de Visitantes</u>						
Total		1010,058	1071,660	1121,529	1232,896	1273,154
Turistas (Visitantes que pernoctan)		931,904	1011,251	1060,031	1179,581	1229,410
Visitantes del Día (excursionistas y otros)		78,154	60,409	61,498	53,315	43,744
Estadía Promedio *		7.4	7.6	8.1	7.7	7.8
<u>Principales Mercados Turísticos</u>						
Total		931,904	1011,251	1060,031	1179,581	1229,410
Centro América		571,228	650,699	690,027	770,377	805,608
Norte América		250,232	247,857	253,431	287,523	291,818
Europa		69,702	71,872	73,868	77,007	80,404
Sur América		20,420	21,021	23,350	24,005	25,419
Resto del Mundo		20,314	19,802	19,355	20,589	26,161
<u>Llegadas según Puesto Migratorio</u>						
Total		931,904	1011,251	1060,031	1179,581	1229,410
Aeropuerto Internacional de Managua		353,081	350,521	359,740	391,584	399,391
Peñas Blancas		229,395	258,818	276,648	321,265	337,680
Otros Puestos		349,428	401,912	423,643	466,732	492,339
<u>Llegadas de Turistas Internacionales según Vía</u>						
Total		931,904	1011,251	1060,031	1179,581	1229,410
Aérea		353,229	350,795	359,886	391,634	399,548
Acuática		25,891	14,438	14,767	16,574	19,477
Terrestre		552,784	646,018	685,378	771,373	810,385
<u>Aspectos Económicos del Turismo *</u>						
Ingresos de Divisas por Turismo	Miliones de \$EE.UU	334.4	308.5	378.1	421.5	417.2
PIB Turístico (Base SCNN 1994)		5.3%	5.2%	5.0%	-	-
Valor Agregado Turístico (VAT Base SCNN 1994)		5.1%	5.0%	4.8%	-	-
Valor Agregado Turístico (VAT- Referencia SCNN 2006)		4.5%	4.5%	4.4%	4.4%	-
<u>Cruceros</u>						
Llegadas de Cruceros		60	49	48	43	38
Cruceros atendidos		60	45	48	42	36
Pasajeros y tripulantes		89,924	55,616	55,653	57,453	44,696
Visitantes de Cruceros		56,363	36,892	39,210	40,924	32,254
Crucерistas que realizaron tours en el interior		25,168	17,040	17,484	19,912	15,312

Tabla 3: Llegada de visitantes 2009-2013



9.10. Matriz para procesamiento de datos

<p>Matriz de Procesamiento de Datos para entrevistas aplicadas a los propietarios de los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües.</p>			
<p>Objetivos: Identificar la calidad de los servicios turísticos, brindados en los diferentes negocios turístico en la ciudad de Estelí.</p>			
<p>Hotel Los Arcos: Fundación Familias Unidas.</p>			
Objetivo Especifico	Preguntas	Respuestas	Análisis
<p>Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.</p>	<p>¿Cuáles son los costos por los servicios que ofrecen?</p>	<p>Hospedaje: \$45 a \$90. Alimentación: \$10 a \$20</p>	<p>Con respecto a los precios en córdobas de hotel Los Arcos, varían según el tipo de cambio.</p>



	¿Capacidad de carga de su local?	Habitación: 64 personas. Auditorio: 80 personas. Restaurante: 80 personas para evento. 70 personas sin evento.	La demanda del establecimiento es buena, se puede ver en los datos de la capacidad de carga, este mismo pertenece a la ONG internacional Familias Unidad, por esto se cree que gran parte de sus turistas provienen del extranjero.
	Cantidad que visitantes que llegan al lugar	Inicio del Año: 3000 personas. A mediados del Año: 2500 personas. Finales del Año: 3500 personas.	Aquí, se demuestra que a finales del año es la temporada alta del Hotel y que aunque a mediados del año bajan los números de vistas siempre tienen clientes a quien atender ya sea en el restaurante, hotel o en el salón para eventos.
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Cree que este local necesita un personal bilingüe para tener un buen servicio?	Sí. Para brindar un servicio de calidad más personalizado.	Brindar un servicio personalizado aumenta los estándares de calidad.
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Cree usted que sus trabajador es tienen interés de aprender otro idioma?	No. Porque ya hemos tenido cursos y no todos tienen interés personal para aprender.	De veintiséis personas que laboran solamente veinticinco personas asistieron irregularmente a clases de inglés. Tres personas son bilingüe (ingles) y esto gracias a los cursos impartidos gratuitamente por Familias unidas para mejorar la calidad del servicio a



			turistas extranjeros.
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Cuáles cree que son las limitantes de un lugar que no tiene un personal bilingüe?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo Nivel de calidad en el servicio. 2. Se torna difícil la atención a turistas extranjeros que no hablan español. 3. Pérdida de clientes potencial. 	Un establecimiento con bajo nivel de calidad no será una fuerte competencia para los demás establecimientos en el ramo turístico y ocasionara grandes pérdidas de clientes potenciales que no generaran valores económicos.
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Cuáles cree usted que son las limitantes de una persona que no es bilingüe?	Es un requisito para dar un buen servicio.	Los instituciones encargadas de velar por los servicios al clientes deben exigir a los prestadores dar un buen servicios a los turísticas para velar por la imagen de la ciudad y país.
Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos bilingües.	¿Cuál cree usted que será la solución de este problema? ¿Por qué?	<p>Capacitaciones.</p> <p>Aprender lo Básico.</p> <p>Varios Cursos.</p>	Es importante impartir cursos de idiomas pero a la vez es necesario el interés para que estos puedan ser aprovechados correctamente y ser útiles para el desarrollo de la actividad turística.
	¿Considera usted que es importante brindar un servicio de	Sí. Es importante para retribuir para el servicio brindado.	Es importante brindar un servicio de calidad para garantizar la satisfacción y retroalimentación de turistas.



	calidad?		
	¿Qué idioma maneja el personal de su establecimiento?	Inglés (Tres personas)	

Matriz de Procesamiento de Datos para entrevistas aplicadas a los turistas de los establecimientos que prestan servicios turísticos bilingües.			
Objetivos: Identificar la calidad de los servicios turísticos, brindados en los diferentes negocios turístico en la ciudad de Estelí.			
Nombre del Entrevistado: Mickey Mehl			
Edad: 86 años			
Sexo: Femenino			
País de procedencia: Ohio, Estados Unidos de América			
Establecimiento Evaluado: Asociación Sonati Nicaragua			
Objetivo Especifico	Preguntas	Respuestas	Análisis
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿El Turismo es una actividad que cualquier persona la puede hacer? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	People are very helpful - at me age. They consider that I need help wherever because I am 86 years old. Sí. Porque las personas son muy atentas - a mi edad. Ellos consideran que necesito cualquier ayuda porque yo tengo 86 años de edad.	



<p>Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.</p>	<p>Cree usted que el turismo es una actividad rentable para:</p> <p>a) Todos <input type="checkbox"/></p> <p>b) Personas estudiadas <input type="checkbox"/></p> <p>c) Empresarios <input type="checkbox"/></p> <p>¿Por qué?</p>	<p>a) Todos <input type="checkbox"/></p> <p>b) Personas estudiadas <input type="checkbox"/></p> <p>c) Empresarios</p> <p>All people will profit from tourism -their language improves- they study to improve, and the country improves.</p> <p>Toda persona ganara desde el turismo. Su lenguaje mejorara. Ellos estudiaran, y las ciudades mejoraran.</p>	
<p>Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.</p>	<p>¿Tiene usted conocimientos de?</p> <p>a) Atractivos Históricos Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>b) Atractivos Naturales Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>c) Atractivos Artificiales Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>a) Atractivos Culturales Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Atractivos Históricos Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>b) Atractivos Naturales Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>c) Atractivos Artificiales Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>d) Atractivos Culturales Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>	



Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Considera usted que es importante brindar un servicio de calidad?	Sí. Because it tells what we need to know. Porque esto dice que necesitamos conocer.	
Valorar el grado de satisfacción de los visitantes a través de entrevistas.	¿Cómo evalúa la calidad del servicio brindado? Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Muy mala <input type="checkbox"/>	Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Muy mala <input type="checkbox"/> Sonati – a group of people who help specially older peoples. Sonati - un grupo de personas quien ayuda especialmente a las personas de tercera edad.	
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.	¿Cuál cree usted que es el idioma que más se habla a nivel mundial? Inglés <input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Español <input type="checkbox"/> Portugués <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Mandarín <input type="checkbox"/>	Inglés <input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Español <input type="checkbox"/> Portugués <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Mandarín <input type="checkbox"/>	
Establecer la importancia de brindar servicios turísticos	¿Le gustaría que Nicaragua tuviera dos idiomas oficiales?	Not. Spanish is enough... No. Español es suficiente.	



bilingües.	Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
Valorar el grado de satisfacción de los visitantes a través de entrevistas.	¿Por qué es importante brindar calidad en los servicios prestados?	Makes a very good impression. Da una muy Buena impresión.	
Valorar el grado de satisfacción de los visitantes a través de entrevistas.	¿Usted cree que los propietarios de este negocio tengan interés en que sus trabajadores dominen otro idioma? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Yes. He hires people who know the language of the tourist. Sí. El (gerente) contrata personas quien conoce el lenguaje del turista	
Valorar el grado de satisfacción de los visitantes a través de entrevistas.	¿Cree que es importante brindar un servicio turístico bilingüe en la actualidad? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Yes. Workers in the tourist industry help to know other language of the tourist. Sí. Trabajadores de la industria turística ayudan a conocer otras lenguas del turista.	



<p>Proponer estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos bilingües.</p>	<p>Si, los propietarios no ofrecieran servicio bilingüe. ¿Cuál cree usted que sería la solución para este problema?</p>	<p>Complain – and go to another tour guide.</p>	
<p>Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.</p>	<p>¿Considera que es importante dominar al menos un idioma que no sea la lengua materna?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>Yes. Because as a traveler you'll into the other language beside your own.</p> <p>Sí, porque como un viajero estarás inmerso en otro idioma.</p>	
<p>Establecer la importancia de brindar servicios turísticos bilingües.</p>	<p>¿Cree usted que con el auge del turismo y las prestaciones de servicios bilingües se perdería la lengua local?</p> <p>Sí <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	<p>No. The local language is very important especially in a bilingual situation.</p> <p>El idioma local es muy importante especialmente en una situación bilingüe.</p>	
<p>Valorar el grado de satisfacción de los visitantes a través de entrevistas.</p>	<p>¿Considera que los precios están de acuerdo a la calidad del servicio?</p>	<p>Sí.</p>	