



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD  
ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL INGLÉS COMO  
LENGUA EXTRANJERA**

Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

**TRABAJO ACADÉMICO PARA OBTENER EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL  
INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA**

**AUTORA:**

Sanchez Bravo, Rosa Amelia ([orcid.org/0000-0002-0101-9016](https://orcid.org/0000-0002-0101-9016))

**ASESOR:**

Mg. Carmen Choquehuanca, Edgard Eliseo ([orcid.org/0000-0003-0841-4403](https://orcid.org/0000-0003-0841-4403))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Didáctica y Evaluación de los Aprendizajes

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

TRUJILLO – PERÚ

2024

## **DEDICATORIA**

Dedico mi logro a Dios, porque él permitió alcanzarlo y ser el guía espiritual de fe y esperanza; A mi familia por su apoyo incondicional que sin ellos no hubiera podido concretar mi investigación.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios porque todo este proceso estuvo en sus manos y hoy salgo victoriosa.

A mi esposo, hija y mis padres por haberme apoyado económicamente y emocionalmente en este camino profesional.



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CARMEN CHOQUEHUANCA EDGARD ELISEO, docente de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Trabajo Académico II titulado: "Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.", cuyo autor es SANCHEZ BRAVO ROSA AMELIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 15%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo Académico II cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 05 de Julio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CARMEN CHOQUEHUANCA EDGARD ELISEO <b>DNI:</b> 10281058 <b>ORCID:</b> 0000-0003-0841-4403	Firmado electrónicamente por: EECARMENC el 25-07-2024 20:47:20

Código documento Trilce: TRI - 0797325



FACULTAD DE HUMANIDADES

PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA

**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, SANCHEZ BRAVO ROSA AMELIA estudiante de la FACULTAD DE HUMANIDADES del programa de SEGUNDA ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan el Trabajo Académico II titulado: "Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que el Trabajo Académico II:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado, ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
ROSA AMELIA SANCHEZ BRAVO <b>DNI:</b> 48043830 <b>ORCID:</b> 0000-0002-0101-9016	Firmado electrónicamente por: RSANCHEZBR24 el 05-07-2024 11:21:15

Código documento Trilce: TRI - 0797323

## ÍNDICE

CARÁTULA	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	
ÍNDICE.....	ii
ÍNDICE DE TABLAS .....	iii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT. ....	vi
I. INTRODUCCION.....	1
II. MARCO TEORICO.....	7
III.MÉTODO.....	16
3.1 Tipo y enfoque, diseño o métodos de investigación .....	16
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización .....	17
3.3 Escenario de estudio .....	19
3.4 Participantes .....	20
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.6 Procedimiento .....	21
3.7 Rigor científico .....	23
3.8 Método de análisis de datos .....	26
3.9 Aspectos éticos.....	27
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	28
V. CONCLUSIONES .....	49
VI. RECOMENDACIONES.....	51
REFERENCIAS.....	52
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tabla de categorización “ <i>Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024</i> ”.....	18
Tabla 2. Validadores de los instrumentos de entrevista .....	25
Tabla 3. Categorías y sub categorías de la guía de entrevista .....	28
Tabla 4. <i>Categorías y sub categorías del análisis teórico</i> .....	30
Tabla 5. Categorías y sub categorías la guía de observación.....	31
Tabla 6. Triangulación.....	32

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Entrevista a la técnica guía oficial de turismo - Periche Talledo, Tania Lorena	125
Figura 2.	Entrevista al tour operador - Agencia Turismo Perú Norte, Bracho Roltan, Miguel.	125
Figura 3.	Entrevista al tour operador – Agencia Canecchi, Barranzuela Codarlupo, José Luis.	126
Figura 4.	Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Macalupu Morales, Guisel Alexandra.	126
Figura 5.	Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Palacios Bereche, Jeyni Carolina.	127
Figura 6.	Entrevista al técnico guía oficial de turismo - Córdova Chávez, Jesús Alfredo.	127
Figura 7.	Entrevista al técnico guía oficial de turismo - Ojeda Silupu, Diana Isabel.	128
Figura 8.	Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Antón Anastacio, Marjorie Milagros.	128
Figura 9.	Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Barreto Trelles, Karla Stepany.	129
Figura 10.	Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Pacherras Herrera, Estefani Ruth.	129

## RESUMEN

Esta investigación se llevó a cabo con el fin de conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Por lo tanto, este estudio tiene un enfoque de investigación cualitativa, siendo básica de tipo descriptiva con un diseño fenomenológico. Se aplicó la guía de entrevista a diez participantes y guía de observación. Se demostró, que realmente es necesario el manejo y dominio del idioma inglés, ya que se accede a una comunicación constante y fluida entre los interlocutores para tener un óptimo guiado. Así como, la comunicación en el idioma inglés se desarrolla a través de la interacción social y la habilidad del habla. Seguidamente, las oportunidades laborales se dan por el conocimiento o dominio del inglés, donde presenta beneficios de incremento salarial y ascensos laborales. Y, por último, las oportunidades personales se dan a través de la actualización, no dejando de lado que al dominar esta lengua inglesa da ventaja competitiva. Se recomendó, que los guías de turismo asistan a cursos, talleres o capacitaciones especializadas en el idioma inglés para fortalecer, practicar, incrementar y adquirir conocimiento a través de estrategias aplicadas en la enseñanza del inglés y así poder fortalecer la producción oral.

Palabras clave: Importancia del inglés, producción oral, comunicación, oportunidades laborales, oportunidades personales.

## **ABSTRACT**

This investigation was carried out in order to know how the perception of the importance of English influences the oral production of tourist guides in the Province of Piura, Piura, 2024. Therefore, this study has a research focus qualitative, being basic descriptive type with a phenomenological design. The interview guide was applied to ten participants and observation guide. It was demonstrated that the management and mastery of the English language is really necessary, since there is access to constant and fluid communication between the interlocutors to have optimal guidance. Likewise, communication in the English language is developed through social interaction and speaking skills. Next, job opportunities are given by knowledge or command of English, where it presents benefits of salary increases and job promotions. And, finally, personal opportunities are given through updating, not forgetting that mastering this English language gives a competitive advantage. It was recommended that tourist guides attend courses, workshops or specialized training in the English language to strengthen, practice, increase and acquire knowledge through strategies applied in teaching English and thus be able to strengthen oral production.

Keywords: Importance of English, oral production, communication, job opportunities, personal opportunities.

## I. INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más globalizado, hablar inglés es tan sustancial para romper brechas de comunicación entre los demás países extranjeros, en lo cual permite oportunidades laborales, conexión con el mundo, ventajas turísticas y culturales, crecimiento profesional y educativo. Es por ello que en la actualidad más de 50 países tienen como lengua oficial o primera lengua el idioma inglés, y es el segundo idioma con más de 500 millones de hablantes a nivel mundial (Yáñez et al., 2019), es por ello que según Dutta (2019) desde el siglo XX, el idioma inglés ha ganado protagonismo frente a otras lenguas del mundo y tiene su propia y prestigiosa importancia.

Es por ello, que los guías de turismo no son ajenos a este idioma, ya que según la ley peruana N° 28529 del guía de turismo, los guías tienen la función de guiar, brindar información e informar con veracidad a los turistas nacionales, así como internacionales, pero para poder certificarse como guías están obligados según en el artículo 5° a dominar un idioma extranjero (MINCETUR, 2005).

Por lo tanto, este idioma extranjero como lengua de contacto no es ajeno en el desarrollo turístico, ya que es una ventaja competitiva en las empresas para atraer la demanda turística internacional. Por ejemplo en Chile, según el Environmental Performance Index (EPI) 2022, midió el nivel de inglés en más de 100 países, refirió que el promedio a nivel nacional del estado Chileno fue de 524 puntos, siendo Atacama (zona norte) con 443 puntos, Pero en la parte sur del estado superó los 500 puntos, hecho que en este sector cuenta con grandes atractivos turísticos no siendo ajeno al constante flujo de turistas extranjeros, lo que manifiestan que este idioma ha pasado de ser una ventaja competitiva a ser un requisito para el incremento económico turístico del país (Canal, 2023).

Por otro lado, en Colombia, al ver el déficit en el acompañamiento bilingüe hacia los turistas, el centro de idiomas de Unibagué reforzó aproximadamente a 100 operadores turísticos entre ellos guías de turismo, en el conocimiento de los niveles

A1 y A2 de inglés según el marco común europeo de referencia para las lenguas (MCERL), con el objetivo de mejorar la calidad del servicio en los prestadores turísticos (Yepes, 2023).

De igual manera en México, el centro de Idiomas de la universidad Veracruzana ofreció cursos de inglés enfocado a la realidad turística del lugar para la atención competente, aceptada por más de 200 personas que tienen relación directa con los turistas internacionales con la finalidad de que el operario turístico o guía de turismo brinde un servicio de calidad a la demanda turística extranjera (San Martín, 2019).

Por otra parte, en República Dominicana, recibe un porcentaje de 60% de turistas internacionales cuyo idioma es el inglés y a fin de aprovechar estas oportunidades, ha firmado convenio con el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) a través de la Asociación de Hoteles y Proyectos Turísticos del Este (ASOLESTE). Este convenio tuvo como finalidad de contratar a la empresa Education First (EF) para capacitar al personal del sector turístico en el dominio de la comunicación exitosa del idioma inglés, que dio oportunidad de formar a tres mil jóvenes entre ellos guías de turismo (Arecoa, 2022).

Y, por último, según Atasheva (2024) en Uzbekistan, manifiesta que, en todo el mundo, la lengua inglesa ha demostrado ser un potente instrumento para fomentar el entendimiento intercultural. Es por ello que en su artículo examina las diversas formas en que el inglés ayuda a personas de distintos orígenes lingüísticos y culturales a comunicarse, entenderse y trabajar juntas, así como, el desarrollo histórico del inglés, que ha pasado de ser un dialecto provinciano a convertirse en una lengua universal, y examina cómo ha influido en los negocios, la ciencia, la tecnología, la diplomacia y la educación, entre otros ámbitos. También analiza cómo se utiliza el inglés en la literatura, la televisión, las artes y la comunicación digital para fomentar la apreciación y el intercambio culturales. El artículo señala varios obstáculos a la comunicación intercultural en inglés, como la competencia lingüística, las diferencias culturales, los estereotipos y las relaciones de poder, a pesar de su poder transformador. Sin

embargo, el inglés sigue fomentando la conciencia, la empatía y la competencia intercultural.

Al igual que los países anteriormente mencionados, el Perú no es ajeno a la afluencia turística internacional. El 2019, tuvo turistas provenientes del Reino Unido con un gasto per cápita de US\$1.778 por visita, convirtiéndose en el cuarto emisor de turistas más importante. A través de esta información Promperú ha puesto su interés en dichos turistas para el aprovechamiento de las oportunidades en el proceso de la reactivación turística (Sánchez, 2021).

Al saber esta información y al conocer la carencia del dominio del idioma Inglés en el sector turístico, la Asociación Cultural Peruano Británica con las alianzas de la organización Turismo Cuida, la Municipalidad de Ollantaytambo (Cusco) y Municipalidad de Puno, crearon el programa “Desarrollo de capacidades para un turismo sostenible” dirigido a los agentes turísticos entre ellos guías de turismo, con la finalidad de romper las barreras del idioma afianzándose con el dominio de la lengua extranjera del inglés y así obtener incremento en la actividad turística (Yep, 2021).

Así también, 138 emprendedores turísticos de las ciudades de Alto Mayo, Tarapoto, Abiseo y Tocache fueron capacitados con cursos gratuitos de inglés relacionados al turismo, en convenio con la Asociación Cultural Peruano Británica, el Gobierno Regional de San Martín (GORESAM) y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) con el objetivo de fortalecer el turismo, dominio o destreza en la comunicación con el turista internacional y competitividad (GORE, 2023).

En Piura, también se preocupa por la mejora de la calidad comunicativa de los emprendedores turísticos y de los guías de turismo, es por ello que se realizó el curso gratuito de “Capacitación en la atención y servicio al cliente en inglés, dirigido a los prestadores turísticos de la provincia de Piura”, en convenio con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) y el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), con la finalidad de la destreza en la comunicación y la optimización en la atención al turista internacional de habla inglesa (DIRCETUR, 2019).

Así también, Según, el Ministerio de comercio exterior y turismo (2023), en su directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados, en el departamento de Piura, solamente hay catorce guías de turismo autorizados y certificados, esto es debido según, Marjorie Antón, presidenta de la asociación de guías oficiales de turismo- Piura (AGOTUR), es porque no tienen como requisito obligatorio el dominio de un idioma extranjero según lo señala la ley N° 28529. (ANEXO 01). Al conocer este dato, es preocupante el déficit de la importancia y dominio del idioma inglés en el departamento de Piura, sabiendo que hay un gran número de técnicos guías oficiales de turismo que egresan del instituto de educación privado Alas Peruanas, pero no son autorizados y certificados por una de las razones del dominio de un idioma extranjero.

Es por ello, que, en el ámbito internacional, nacional y regional o local, las entidades públicas y privadas, tienen una gran preocupación en el desenvolvimiento, fluidez y dominio de la lengua franca (inglés) en los guías de turismo.

Es trascendental conocer la importancia de este idioma extranjero, así mismo, el énfasis de la producción oral de los guías de turismo como competencia comunicativa, esta no mide solamente la calidad de servicio sino la rentabilidad del sector. Esta competitividad personal abre un abanico de oportunidades laborales y personales que muchas veces vemos tan distantes debido a la carencia y al déficit de preparación, enseñanza y aprendizaje de dicho idioma. Las causas de la carencia del dominio de este idioma en los profesionales, es porque en el “Perú no cuenta con diseño curricular nacional para el inglés en la educación técnica y la formación profesional” y “no existe una evaluación nacional de manejo del inglés que incluya a los estudiantes en programas técnicos y profesionales” (Stanton, 2021, p.17 y p.25).

La finalidad de esta investigación es conocer como la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo. En ese orden de ideas, surge la curiosidad en reconocer como problema general ¿Cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024? asimismo, se consignan los problemas

específicos, ¿Cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?, como segundo problema específico se considera ¿Cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?, y como tercer problema específico ¿Cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?

Por consiguiente, se planteó como propósito general en conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. De igual modo, se consignan los siguientes propósitos específicos, conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Como segundo propósito específico se considera conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Y como último propósito específico en conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

La justificación de esta investigación se requiere conocer la percepción de la importancia del inglés y producción oral de los guías de turismo. De igual manera se justificó de forma social en la concientización a los guías de turismo, de cuán importante es estudiar y tener una buena producción oral en el inglés para poder comunicarte, obtener oportunidades laborales, así como oportunidades personales, en consecuencia, de tener una riqueza gramatical y léxica, destreza fonológica y habilidad de interacción. Por consiguiente, se justificó de manera teórica a través del análisis del contenido conceptual, según Griffiths (2007) citado en Romero (2015) el inglés es considerado como lengua franca, orientado a la interculturalidad, esta es importante, ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite oportunidades laborales, así como oportunidades personales, por consiguiente según Bygate (2010) citado en Solis Alva (2020), define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la

articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción; y también, se justificó metodológicamente ya que se aplicó el instrumento de recolección de datos en la que permitió conocer las perspectivas de los involucrados en relación a esta investigación, por otro lado, los estudios realizados a nivel local son escasos, es por ello que será un antecedente de investigación para las futuras generaciones.

El tema de estudio está relacionado a la “Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024”, está vinculada a la línea de investigación específica “Didáctica y evaluación de los aprendizajes”, donde se podrá analizar y conocer las percepciones de los guías de turismo de la importancia del inglés y producción oral de la lengua extranjera en la provincia de Piura del presente año 2024.

## II. MARCO TEÓRICO

El presente estudio tiene precedentes mundiales. Por ejemplo, Veloz Guerrero (2020) en Ecuador examinó el papel del inglés en la experiencia turística, destacando su importancia en la industria y examinando las variables que influyen en la evolución de las experiencias turísticas. Para profundizar en su trabajo, creó un recurso didáctico para mejorar el dominio del inglés centrado en la mejora de la experiencia turística. Empleó como método de investigación un cuestionario con preguntas semiestructuradas, abiertas y cerradas, entrevistando a cuatro prestadores de servicios turísticos del cantón Baños de Agua Santa. Llegó a la conclusión de que el dominio del inglés permite establecer relaciones sociales a través de la buena comunicación, diálogos, trasmisión de información, otros. Así también el aumento de ingresos económicos en los prestadores de servicios turísticos. Y a la postulación de trabajos con mejoras salariales, ya que los guías poseen certificaciones que avalan sus conocimientos, por ende, tienen ventaja competitiva. Esta investigación, permitirá confrontar y argumentar en los resultados y discusiones, así como profundizar en las conclusiones.

Así mismo, López et al. (2022) plantean en su artículo de investigación que la importancia de aprender inglés es tener una gran capacidad intelectual indispensable para el desenvolvimiento en diferentes ambientes multiculturales, indican que las ventajas de aprender otros idiomas enriquecen la vida, incrementa círculo social y confianza, optimización de capacidad de la mente, oportunidades de trabajo y vivencias de viaje. Es por ello que el inglés en la educación superior es necesario ya que los estudiantes estarán asociados a vocabulario y temas que van a concorde a su profesión. Aplicaron el instrumento de recolección de información, la entrevista. Utilizaron una metodología cualitativa – descriptiva. Los autores concluyeron que el mejoramiento del grado del inglés, permite becas internacionales, mayor oportunidad de empleo, desarrollo profesional, a lo que hacen un llamado a las universidades a la motivación de la implementación del inglés dentro del currículo en los programas de

pregrado. Dicho proyecto, permitirá confrontar, discutir y argumentar en los resultados, así como profundizar en las conclusiones.

En Colombia, Ocampo Franco (2021) en el desarrollo de su tesis investigó analizar el impacto del inglés como segundo idioma de los guías turísticos del oriente antioqueño en la competitividad turística. Utilizó como técnica de investigación la entrevista semi-estructurada, realizada a cinco guías y la observación participante, esta permitió conocer el dominio del idioma inglés, siendo un enfoque de investigación cualitativo, asumiendo el método etnográfico. El autor concluyó que uno de los motivos para el aprendizaje del inglés es tener demanda laboral, incremento monetario y crecimiento o actualización profesional. Así mismo constató que los guías turísticos tienen conocimientos específicos y limitado del área de recorrido, pero no todos tienen habilidades comunicativas para brindar un buen guiado oral al turista extranjero de habla inglesa. La presente recopilación, dará paso a confrontar, discutir y argumentar en los resultados, con relación a mis objetivos; así como en las conclusiones.

Por consiguiente, en Malasia, según Che y Lok (2019) en su estudio se basaron en dos objetivos, la primera en determinar la importancia del inglés en la realización de tareas comunicativas entre los empleados del sector turístico insular e identificar las fuentes de las dificultades encontradas por los empleados. Recogieron datos de 59 empleados de las islas de Perhentian y Redang utilizando como instrumento el cuestionario. Utilizaron SPSS para calcular el valor medio y la desviación estándar de cada ítem. Según el análisis, el inglés es el idioma más importante para los empleados a la hora de solicitar información y satisfacer las necesidades de los turistas internacionales. En cuanto a las dificultades lingüísticas, los empleados consideraron dificultad en entender el acento extranjero de los turistas internacionales cuando hablan en inglés y en utilizar correctamente la gramática inglesa. Esta investigación, permitirá confrontar y argumentar en los resultados y discusiones, así como profundizar en las conclusiones.

Por otro lado, en Indonesia, según Gani y Damayanti (2018), en el desarrollo su artículo, tuvo como objetivo averiguar el dominio del inglés de los guías turísticos

locales del Museo del Tsunami de Aceh. La metodología utilizada en el estudio consistió en un diseño mixto, donde recopiló datos mediante una prueba de dominio del inglés y entrevistando a trece guías locales. Según los resultados de esta investigación, se constató que prácticamente todos los guías turísticos participantes estaban en las categorías de muy bueno, bueno y regular. Sin embargo, tenían varios problemas en la expresión oral según English as a Foreign Language (EFL), como la elección de palabras incorrectas o inapropiadas, la mala pronunciación y falta de confianza al hablar el idioma inglés. Esta información, permitirá confrontar, discutir y argumentar en los resultados, con relación a mis objetivos.

Así también, según Abdullah et al. (2022) en el estudio que realizaron tiene como objetivo definir la competencia comunicativa del inglés de los guías turísticos. Los datos se recogieron a través de un grupo de discusión formado por seis participantes de diversas instituciones y se analizaron mediante análisis temático. Los resultados demostraron que la competencia comunicativa del inglés de los guías turísticos de Pangandaran se delimita en cinco descripciones, en primer instancia en cometer errores gramaticales recursivos al hablar en inglés, segundo, designar un vocabulario hablado en inglés insuficiente, tercero, poseer un vasto y profundo conocimiento previo sobre Pangandaran, penúltimo, diagnosticar problemas y proponer sus diversas soluciones y por último, mostrar pensamientos visionarios hacia el desarrollo del destino turístico. Por ello los autores concluyeron que la competencia comunicativa holística debería abarcar no sólo la competencia lingüística (competencia gramatical) sino también la competencia sociocultural, la competencia estratégica, la competencia accional y la competencia discursiva. A través de ello, se puede conseguir una comunicación eficaz y bien aceptada. Por otro lado, permite a los guías turísticos crear oportunidades de empleo y negocio sostenibles para ellos mismos, la población local y el gobierno. Esta información, permitirá confrontar, discutir y argumentar en los resultados, con relación a mis objetivos.

Y, por último, en China según Hong et al. (2022), en la investigación de estudio destaca la importancia de la competencia oral en la formación de guías turísticos en el idioma inglés y demuestra la eficacia del método de aprendizaje cooperativo para

mejorar la competencia oral de los alumnos en comparación con los enfoques tradicionales. El estudio utilizó un diseño cuasi-experimental con 60 participantes, 30 en cada grupo, para comparar el impacto del método de aprendizaje cooperativo y el enfoque tradicional en la competencia oral. Se realizaron pruebas previas y posteriores en ambos grupos. Se concluyó que los resultados favorecieron el método de aprendizaje cooperativo para la mejora de la competencia oral. Es por ello que esta compilación, me permitirá sustentar y argumentar en los resultados, con relación a mis objetivos; así como en las conclusiones.

Así también la investigación tiene antecedentes nacionales, Mendieta Lira (2021) en su artículo investigó clasificar y comparar los resultados y hallazgos más importantes sobre las estrategias utilizadas en la producción oral en inglés en investigaciones de los últimos años a nivel nacional e internacional. La metodología utilizada fue cualitativa – descriptiva, donde realizó revisión de artículos concerniente a su objetivo, el autor señala que el empleo de las plataformas virtuales mejora y facilita la enseñanza de aprendizaje entre docente y alumno, a través del uso de Skype, Langblog y Tandem, Eleclips, Uso de tics y Aprendizaje Híbrido; así también influye la inteligencia emocional, a través del clima afectivo y Uso de estrategias sociales; y por ultimo Estrategias metodológicas tradicionales en la producción oral, a través del Role Play, aprendizaje basado en proyectos (PBL) y la Autoevaluación. El autor concluye que es de gran preocupación la producción oral para los docentes, en torno a la pronunciación, entonación y fluidez en los estudiantes, es por ello que los docentes deben tener una continua capacitación para potenciar la enseñanza y el aprendizaje. Este artículo, permitirá empalmar dichos resultados con esta investigación.

El presente trabajo de investigación tiene dos categorías para ser analizadas tales como la importancia del inglés y la producción oral. Cada una con sus respectivas subcategorías e indicadores; todos los conceptos se basan en teorías y fundamentos de los diferentes autores. A continuación, se detallarán para su mejor comprensión.

En primera instancia se aprecia la categoría independiente importancia del inglés, según Griffiths (2007) citado en Romero (2015) el inglés es considerado como

lengua franca, orientado a la interculturalidad. Esta es importante ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite tanto oportunidades laborales como personales. Por consiguiente, para Murmu (2022) manifiesta que el inglés es un componente esencial de la comunicación tanto en contextos personales como profesionales. Y para Mehrajuddin Showkat (2022) el inglés es uno de los idiomas más manejados y dominantes en todo el mundo. Permite tener vínculos con el resto de la humanidad. Además, beneficia las carreras profesionales. Es una realidad que aprender el idioma inglés puede ser muy útil y trae consigo un abanico de oportunidades.

Por consiguiente, esta categoría consta de tres subcategorías: la primera es la comunicación, según la UNESCO (2014) la comunicación permite el capital social y da paso a la interacción social, en la que suministra la comprensión entre individuos dentro de cualquier entorno social, dando paso al diálogo intercultural. Es por ello que según Padilla et al. (2008), la comunicación está en un 80% en la vida de las personas, cuyo mayor porcentaje se divide en habilidades orales (escuchar y hablar) y de menor porcentaje las habilidades escritas (leer y escribir).

Concerniente a esta subcategoría, conforman dos indicadores, la primera es interacción social según Kingsbury y Hong (2020) La interacción social involucra a las personas directamente entre sí, uniéndolos en un contorno dinámico de retroalimentación de acción y reacción, Por consiguiente, Okumdi (2022) manifiesta que la interacción social es el proceso en el cual las personas actúan y reaccionan en relación con los demás.

El segundo indicador es habilidad de hablar según Lekhtyanskaya y Movchan (2021) la habilidad de hablar ayuda a comunicarse, promover la interacción de calidad entre las personas en un equipo. Así también según Lara et al. (2022) se considera una habilidad lingüística destacada debido a la necesidad que tienen los estudiantes de comunicarse y se convierte en uno de los objetivos principales de la enseñanza de idiomas.

La segunda subcategoría son las oportunidades laborales según Cisneros Delgado (2021) son las diferentes disposiciones que obtiene un postulante para alcanzar una plaza laboral en consecuencia a las habilidades y destrezas competitivas. Y Kapur (2019) manifiesta que los factores que influyen en la adquisición de oportunidades de empleo son: salario, ubicación del lugar de trabajo desde el hogar, medios de transporte, condiciones ambientales de trabajo, naturaleza de los deberes laborales, términos y relaciones con otras personas dentro del lugar de trabajo, programas de capacitación, horarios laborales, beneficios, incentivos y provisión de infraestructura, maquinaria y herramientas.

En relación a esta subcategoría se conforman dos indicadores, la primera es mejoras salariales por ello Corral (2006) define el salario es la recepción de dinero a cambio del tiempo y esfuerzo, estipulado en el contrato laboral, que es renovado anualmente. Por lo tanto, según Blume Moore (2011) las mejoras salariales se dan voluntariamente por parte del empleador a través de un beneficio o gracia a lo establecido en las disposiciones legales, concedidos debido al acrecentamiento de productividad, eficiencia o por gracia.

Como segundo indicador es ascenso laboral según Novita et (2022) La promoción es cuando un trabajador es trasladado de un trabajo a otro para una mayor responsabilidad, tiene un nivel superior en la jerarquía de la empresa y mayores ingresos monetarios. Por lo tanto, Hasbún et al. (2015) definen que es una estrategia o táctica corporativa para la motivación de sus empleados para el cumplimiento oportuno laboral.

Y por ultima subcategoría son las oportunidades personales, refiere según Euroinnova (2004) es una situación personal e individual que tiende a mejorarse si se pone empeño con la intencionalidad de optimizar ciertos resultados. Y seguidamente para Jobatus (2023) define como sucesión de escenarios personales que facilitan el aprovechamiento del momento para el alcance de las metas.

Por consiguiente, dicha subcategoría está conformado por dos indicadores tales como actualización profesional, según Medina (2021) son todos los

conocimientos adquiridos después de la culminación universitaria o profesional, tales complementan la carrera profesional. Y seguidamente según Amedirh (2019) manifiesta que es el proceso de formación continua o constante de acuerdo a la demanda del mercado laboral.

Y por último indicador de esta tercera subcategoría es la ventaja competitiva, según Roca Torruella (2014) se da en torno al termino de diferenciación, cuando una organización o profesional tiene particularidades diferenciales ante sus competidores, en consecuencia, presenta rendimientos elevados de forma continua. Así también, según Amason y Ward (2020), Se produce una ventaja competitiva cuando una empresa o persona en particular tiene un valor mayor que otros competidores en la cual no poseen o no pueden replicar.

Por consiguiente, como segunda categoría aborda a la producción oral, Según Bygate (como se citó en Solis Alva, 2022), define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción. Consecuentemente Gudiño (2017) define como la destreza del lenguaje en la emisión del mensaje de manera clara y concisa dando paso a la comunicación a través de la coherencia y fluidez, en donde la persona con un corto tiempo piensa como y de qué manera lo va decir evitando errores de estructuras gramaticales o pronunciación. Por lo tanto, Cortés Moreno (2000) manifiesta que es habilidad nata de fusión de ideas y oraciones del individuo para comunicarse, así como la negociación de significados que permite la interacción a través de la producción, recepción y procesamiento de información considerando la pronunciación, gramática, vocabulario, fluidez, y la comprensión.

Es por ello que en esta categoría consta de tres subcategorías, la primera es la riqueza gramatical y léxica según Solis Alva (2022), "Incluye tanto el conocimiento lingüístico de un idioma (estructuras gramaticales y sintácticas) como el bagaje léxico

(diversidad en vocabulario)” (p33). Así también Reyes Carrasco (2019) manifiesta que es la complejidad de estructuras gramaticales, discursivas, vocabulario, entre otros.

Concerniente a esta primera subcategoría de la segunda categoría, conforma dos indicadores como estructuras gramaticales, según Aggabao (2020) se convierte en la esencia de dar significado claro mediante la organización lógica de las palabras. Así también según Purpura (como se citó en Berkategori, 2015) lo define como el conjunto de reglas o principios en la elaboración de expresiones gramaticales de la lengua, ya sea del hablante u oyente.

Y como segundo indicador es el vocabulario, según Dujardin et al. (2021) es un factor esencial entre el lenguaje oral y escrito, que influye en las habilidades lingüísticas. Así mismo Li Wen & Muhammad (2023) refieren al conjunto de palabras utilizadas y producidas por una persona a través de un discurso o escritura para expresar sus ideas y pensamientos.

Por consiguiente como segunda subcategoría es la destreza fonológica, según Solís Alva (2022) “Incluye la articulación correcta de los sonidos a través de la fluidez (se valora la velocidad y la ubicación de las pausas en el desarrollo del discurso) y pronunciación (abarcando la entonación, pausas y nitidez)” (p.33). Por lo tanto, según Reyes (como se citó en Mendieta, 2022) se conoce como habilidad fonética dando paso a la claridad de la interacción oral a través la articulación correcta y sin pausas.

Dentro de esta subcategoría, se relacionan dos indicadores, tales como la fluidez, según Reyes Carrasco (2019) es la expresión oral natural, práctica y original, donde la comunicación no tiene interrupciones ni detención de palabras. Así también según Deshmukh (2024) es la destreza o habilidad en el hablar con rapidez y confianza, minimizando las vacilaciones y las pausas.

Como segundo indicador es la pronunciación según Pardede (2018) es el hablar claro que requiere una producción correcta a través de los factores como fonemas, acentuación, vinculación, ritmo y entonación. seguidamente según Mardonova (2020) La pronunciación juega un papel importante en la comunicación, ya que requiere la

conocimiento de pronunciar y vincular los sonidos de una oración, así como seguir la entonación.

Como última subcategoría tenemos a la habilidad de interacción según Solís Alva (2022) es la toma de decisiones de cómo y de qué manera comunicarse en la expresión oral con el receptor. Por ello según Bygate (como se citó en Delgado Veiga, 2016), define como “la habilidad de emplear conocimiento y habilidades básicas “motoras perceptivas” con el objeto de conseguir la comunicación” (p.642). y Masuram y Sripada (2020) definen como ser un buen comunicador, es decir, ser capaz de decir lo que pretende decir de una manera que el oyente pueda entender fácilmente.

En relación a esta última subcategoría, abre paso a dos indicadores tales como negociación del significado, según Bygate (como se citó en Delgado Veiga, 2016) señalo como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642). Por otro lado, según Domínguez y Stipcich (2009), “La negociación de significados es considerada un proceso de interacción discursiva en el que participan el docente y los estudiantes” (p.544).

Y como segundo indicador son las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades. Por consiguiente, según Bilbao (2014) nos permiten la interpretación de nuestro entorno.

### III. MÉTODO

#### 3.1 Tipo y enfoque, diseño o métodos de investigación

La presente investigación se inclina hacia un enfoque cualitativo, consecutivamente se determina que el diseño es fenomenológico, siendo básica o pura de tipo descriptivo con un método inductivo.

Según Hernández et al. (2014), refieren que la investigación cualitativa “proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Asimismo, aporta un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad” (p.16). Del mismo modo, dado que este método se centra en determinadas cuestiones de investigación, pueden surgir preguntas o hipótesis durante, después o antes de la fase de recopilación de datos y diagnóstico del estudio. En consecuencia, el proceso de interpretación de los hechos es circular.

Por otro lado, Hernández et al. (2014) manifiestan que el estudio descriptivo averigua definir perfiles de personas o algún fenómeno que se someta a un estudio. En donde solamente se mide o reúne información sobre los conceptos o variables.

El objetivo primordial de la descripción es su diseño fenomenológico, al que se añade la investigación y el examen de las múltiples experiencias colectivas para aportar conocimientos que ayuden a la toma de decisiones en la identificación de los elementos relevantes.

Por consiguiente, Hernández et al. (2014) señalan que el diseño fenomenológico, “Su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p.493).

### **3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización**

En esta investigación se crearon dos categorías: la primera es la importancia del inglés, donde se piensa que es una lengua franca enfocada a la interculturalidad, según Griffiths (2007), citado en Romero (2015). Esto es significativo porque facilita la comunicación entre personas de diferentes nacionalidades, lo que abre oportunidades para las relaciones tanto personales como profesionales. Puede subdividirse a su vez en las siguientes subcategorías: la comunicación, que fomenta la comprensión y la interacción social en un entorno transcultural. La segunda subcategoría son las oportunidades de empleo, que se caracterizan por condiciones y actitudes de trabajo favorables y, en consecuencia, por aptitudes únicas y ventajas competitivas. Las oportunidades personales, la última subcategoría, se refiere a situaciones únicas e individuales que pueden potenciarse para alcanzar objetivos.

La producción oral pertenece a la segunda categoría. Bygate (como se cita en Solís Alva, 2022) define la producción oral como la capacidad y habilidad para hablar una lengua extranjera, poniendo en práctica los conocimientos a través de tres criterios básicos: habilidades de interacción, riqueza gramatical y léxica, y articulación adecuada de los sonidos (destreza fonológica). En primer lugar, está la riqueza tanto gramatical como léxica, es decir, la comprensión de estructuras gramaticales y de un amplio abanico de palabras. La destreza fonológica es la segunda subcategoría como afirma Solís Alva (2022) incluye la correcta articulación de los sonidos a través de la fluidez (velocidad y localización de las pausas en el desarrollo del habla) y la pronunciación (incluyendo entonación, pausas y claridad). La última subcategoría es la habilidad de interacción, que se refiere al método asertivo de utilizar los conocimientos propios y las habilidades fundamentales para lograr una comunicación conversacional con el

receptor. Para mayor comprensión, se realizó la tabla de categorización y Matriz de operacionalización de categorías (ANEXO 02).

**Tabla 1. Tabla de categorización “Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”**

<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL/ Importancia del inglés</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA/ INSTRUMENTO</b>
Según Griffiths (2007) El inglés es considerado como lengua franca, orientado a la interculturalidad, esta es importante, ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite oportunidades laborales, así como oportunidades personales.	Comunicación	Interacción social	Entrevista / Guía de entrevista
		Habilidad del habla	
	Oportunidades laborales	Mejoras salariales	Observación / Guía de observación
		Ascenso laboral	
	Oportunidades personales	Actualización profesional	
		Ventaja competitiva	
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL/ Producción oral</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICA/ INSTRUMENTO</b>
Según Bygate (2010), Define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción.	Riqueza gramatical y léxica	Estructuras gramaticales	Entrevista / Guía de entrevista
		Vocabulario	
	Destreza fonológica	Fluidez	Observación / Guía de observación
		Pronunciación	
	Habilidad de interacción	Negociación del significado	
		Habilidades perceptivas	

Fuente. Sánchez Bravo (2024)

### **3.3 Escenario de estudio**

La ciudad de Piura, situada en el norte de Perú y considerada la quinta ciudad del país y la segunda región más poblada según los datos del censo de 2017, fue seleccionada como escenario de investigación para este estudio. Con una expansión territorial de 621,2 km<sup>2</sup>, Piura es el hogar de alrededor de 484 mil personas. Se le conoce como la "Ciudad del Calor Eterno" ya que la temperatura promedio anual oscila entre los 22°C y 28°C.

La ciudad de Piura alberga estructuras como la Iglesia de San Francisco, la Catedral de Piura frente a la Plaza de Armas, y la Casa Museo Almirante Miguel Grau, que enriquece y mantiene las reliquias del héroe de combate del siglo XIX.

Además de su imponente sierra con impresionantes caídas de agua y su magnífica flora y fauna, Piura ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, entre los que destacan las paradisíacas playas de Máncora, Los Órganos, Vichayito, Colán, Yacila, Cabo Blanco y Lobitos; y atractivos naturales como la Isla de Foca, el coto de caza El Angolo, los cerros de Amotape, Médano Blanco, los Manglares de Vice, el Estuario de Virrillá y la Zona Reservada de Illescas.

La ciudad ofrece una fantástica experiencia culinaria, como el ceviche, seco de chavelo, majado de yuca con chancho, seco de cabrito, tollito, sopa de novios y malarrabia como especialidades regionales destacadas.

### **3.4 Participantes**

En esta investigación, se aplicó a 10 participantes la guía de entrevista. Se empleó un muestreo no probabilístico, Para Hernández et al. (2014) refiere que las muestras no probabilísticas, son muestras que interesan al investigador para generar una clara intención, además llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos.

El presente trabajo realizado en la provincia de Piura, contó con la participación de cinco guías oficiales de turismo certificadas y autorizadas por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, una de ellas, presidenta de la asociación de guías oficiales de turismo – Piura (AGOTUR); así también tres técnicos guías oficiales de turismo y dos tours operadores. Lo cual conforman un total de 10 personas las cuales servirán de gran apoyo para la realización de la investigación y poder concretar los objetivos planteados.

La Participación de las guías oficiales de turismo certificados y autorizados son las siguientes: Antón Anastacio, Marjorie Milagros; Macalupu Morales, Guisel Alexandra; Palacios Bereche, Jeyni Carolina; Pacherrres Herrera, Estefani Ruth y Barreto Trelles, Karla Stepany. Así también, se tuvo la participación de técnicos guías oficiales de turismo como: Cordova Chavez, Jesús Alfredo; Periche Talledo, Tania Lorena y Ojeda Silupu, Diana Isabel; y como tours operadores a los señores: Bracho Roltan, Miguel y Barranzuela Codarlupo, José Luis.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica para analizar la recolección de datos fue a través de la entrevista, esta técnica es la más utilizada para estudios cualitativos; según Hernández et al. (2014) definen la entrevista como un encuentro donde se produce una conversación e intercambio de ideas o conocimientos entre un entrevistador y un entrevistado; ésta puede ser reservada, manejable, amistosa y abierta. Es por ello que el objetivo de la investigación es evaluar situaciones o fenómenos que se vinculen con las dos categorías presentadas. La entrevista es la técnica utilizada para el análisis de la recogida de datos. Se distingue por los distintos formatos de entrevista, entre los que se encuentran la abierta, la semiestructurada, la no estructurada y la estructurada. Existe como mínimo dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio (ANEXO 03). Así también, la guía de observación según Medina et al. (2023) es instrumento para recopilar información fenomenológica, donde se puede aplicar interrogantes o categorías, la cual permite analizar y comparar datos no manifestados a través de un interlocutor (ANEXO 04).

### **3.6 Procedimiento**

En el presente trabajo de investigación, se realizó los siguientes días como 10, 12, 13 y 21 de junio del presente año. En primera instancia, se visitó la oficina de IPerú- Piura, donde se brinda información a los turistas nacionales e internacionales, por ende, fue accesible la información requerida sobre el directorio de las agencias de viajes y guías oficiales de turismo, con los propósitos de poder aplicar la guía de entrevista a los involucrados; seguidamente, obtener información implícita y explícita de acuerdo a los objetivos de esta investigación. Posteriormente, visité la dirección desconcentrada de cultura de Piura en busca de la presidenta de

la asociación de guías oficiales de turismo cuyo nombre es Marjorie Milagros Antón Anastacio, para requerirle el directorio actualizado de los guías de turismo en Piura, certificados y autorizados. Pero, grata sorpresa que la relación estaba en la plataforma digital única del Estado Peruano del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

En el transcurso de la visita hacia las agencias de viajes, noté ausencia de guías oficiales de turismo, por las siguientes razones dadas como: guiado o acompañamiento a los turistas fuera de la ciudad, día de descanso, coordinaciones fuera del departamento y rotación de horario. Así mismo, con el directorio de agencias de turismo, visité y observé algunas agencias cerradas debido a que en la actualidad operan en la virtualidad a través de sus plataformas digitales.

A continuación, se dará información de las personas más resaltantes de la entrevista realizada:

Se entrevistó a la señorita Marjorie Antón Anastacio, presidenta de la asociación de guías oficiales de turismo, concedora de la problemática del sector turismo en relación de los guías oficiales de turismo, manifestó que hay una relación de catorce guías oficiales de turismo certificados y autorizados en la plataforma del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, donde indicó a que se debe por la falta del dominio de un idioma extranjero. Y que el idioma inglés es un tema crítico en el departamento de Piura.

El señor Miguel Bracho Roltan, en los comienzos de su empresa prestadora turística, Turismo Perú Norte, fue guía oficial de turismo. En su trayectoria en este rubro turístico, mencionó que ha realizado guiados en el idioma inglés, pero como gerente de su empresa y por falta de tiempo, contrata a traductores e intérpretes del idioma inglés, ya que su personal tiene un bajo dominio de dicho idioma. Así mismo, dio a conocer que domina el inglés porque suele ir de viaje a los Estados Unidos por visita familiar.

La señorita Guisel Alexandra Macalupu Morales, guía oficial de turismo, acreditada y autorizada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Actualmente, es guía en el mercado turístico en la empresa Canechi Tours.

Por consiguiente, la mayoría de los entrevistados se les contactó a través de llamadas telefónicas y mensajes de WhatsApp, dando paso a una previa cita presencial o virtual para la entrevista. Posteriormente, se aplicó las guías de entrevista que fueron semiestructuradas, redactadas con un lenguaje coloquial y claro para el óptimo recojo de información. Antes y durante la entrevista se tomó apuntes a la información más relevante e interesante para el apoyo y complementación de esta investigación. Durante la entrevista, se grabó en audio mediante el uso del teléfono celular, con el consentimiento de los participantes. Finalizado la entrevista, se procedió la transcripción de los diez audios a texto, en la guía de entrevista.

### **3.7 Rigor científico**

La Matriz de consistencia se elaboró mediante la investigación y el estudio de los recursos en línea proporcionados por Google y Google académico, que incluían libros, revistas, artículos científicos, documentos web, repositorios, investigaciones de tesis y títulos de máster tanto nacionales como extranjeros. Se obtuvieron para la fundamentación y complementación de los antecedentes y el marco teórico del estudio.

El formulario de la entrevista se redactó utilizando un vocabulario coloquial, comprensible, claro y sencillo es por ello que el entrevistador no influía en las ideas o conceptos de los entrevistados, sino que demostraba una actitud y un comportamiento imparciales. En consecuencia, las categorías, subcategorías e indicadores se explicaron conceptualmente. Por último, la información personal del entrevistado se introdujo en el

formulario sin modificar la idea ni el contexto mediante una interpretación cuidadosa.

La guía de observación se hizo a base de las categorías de la presente investigación, con una estructura sencilla para la recopilación de datos encontrados durante la entrevista.

El asesor principal del programa de especialización en enseñanza de inglés como segunda lengua evaluó y recopiló el trabajo. Reconoció estar de acuerdo con la matriz de investigación e introdujo mejoras en la redacción del formulario de entrevista.

Se optó finalmente por subir la presente investigación en el la herramienta académica conocida como turnitin para prevenir y evitar el plagio de información entre los investigadores.

### **Validez**

La presente investigación fue validada por tres magísteres en educación del idioma inglés. Por lo tanto, las juezas presentaron un resultado de aplicable la guía de entrevista, por consiguiente, tiene una adecuada consistencia de validez. (ANEXO 05)

**Tabla 2. Validadores de los instrumentos de entrevista**

<b>N°</b>	<b>Experto validador</b>	<b>Grado o título</b>	<b>Promedio de validez</b>
1.	Lavalle Terry, Alabel	Título oficial de máster universitario en lingüística aplicada a la enseñanza del inglés como lengua extranjera	Aplicable
2.	Jara Angulo, Cecilia Fiorella	Magister y licenciada en idiomas	Aplicable
3.	Gutierrez Lisbeth Krystel	Rios, Rosario Magister y licenciada en idiomas	Aplicable

Fuente: Sánchez Bravo (2024)

### **PROMEDIO:**

La observación de esta validación, los expertos mencionados en la tabla presentada, no sugirieron algún cambio ni acotaron alguna idea para la mejora del objetivo a alcanzar. Estando de acuerdo totalmente con la consistencia del estudio.

### **Dependencia**

La investigación en el campo se llevó a cabo sin influir a los entrevistados, por lo que se explicó claramente las categorías a tratar del tema de estudio y se proporcionó una guía de entrevista con una variedad de preguntas con un vocabulario comprensible y claro. Se tuvo una actitud imparcial a la medida de la exposición de varios criterios. Por lo tanto, se registró en las guías de entrevistas información personal y relevante, así mismo, toda la información recopilada se manejó con gran cuidado y prudencia. (ANEXO 06) Así mismo, se tomó notas escritas en la ficha de observación.

## **Credibilidad**

El trabajo fue revisado por tres jueces expertos, en el cual brindaron comentarios críticos positivos de la tabla de operacionalización de categorías, además revisaron el instrumento de colección de datos como la guía de entrevista con la finalidad de realizar mejoras y complementar en el trabajo.

## **Transferibilidad**

Esta consistió en realizar un análisis por los jueces expertos en la presente investigación y así también se optó por subir el dicho trabajo al Turnitin para no presentar plagio alguno.

### **3.8 Método de análisis de datos**

Para analizar, interpretar y arrojar luz sobre la planificación del problema y objetivo, Hernández et al. (2014) afirman que el objetivo del análisis cualitativo es explorar los datos, la estructura (categorías, subcategorías e indicadores), donde permite captar y transcribir las experiencias de los investigados desde su punto de vista o percepción. Por lo tanto, formular o desarrollar una hipótesis a la luz de los hallazgos.

En consecuencia, la información se recopiló para este estudio utilizando los instrumentos como la guía de entrevista y guía de observación, se transcribió y luego se organizó de acuerdo con los objetivos. A continuación, se anotaron las percepciones individuales y los conceptos que eran similares y distintos para interpretarlos con detenimiento. Así también para mayor entendimiento y análisis de datos, se optó por realizar la técnica de la triangulación.

### **3.9 Aspectos éticos**

Los tres principios éticos de este estudio fueron la beneficencia, la justicia y el respeto a la dignidad humana. El objetivo y la finalidad de la investigación y de la entrevista se dieron a conocer a los participantes. Por ello, las primeras respuestas no se vulneraron ni se modificó en el formulario de la entrevista. Como resultado, se acordó que la información sólo se utilizaría para la investigación académica, protegiendo en el proceso la identidad y el bienestar del entrevistado.

No obstante, este estudio de investigación se elaboró de conformidad con las directrices de la Asociación Americana de Psicología (APA); por consiguiente, se tuvo en cuenta a los autores y se citaron correcta y honestamente las teorías e interpretaciones de los indicadores.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la presente investigación para tener mayor alcance, entendimiento y un uso eficaz de la información recopilada de las entrevistas, ficha de observación y el marco teórico indagado, se realizó las siguientes tablas para la realización de la técnica de la triangulación.

**Tabla 3. Categorías y sub categorías de la guía de entrevista**

<b>Categoría</b>	<b>Sub categoría</b>	<b>Unidad de análisis a partir de las entrevistas</b>
Importancia del inglés	Comunicación	“Necesariamente tiene que existir esa interacción de preferencia de manera fluida entre el turista y el guía”, “nos ayuda porque es una forma de interactuar con las personas, poder comunicarnos y expresarnos”, “la habilidad del habla, te hace más práctico el poder atender a esos turistas”, “nos ayuda bastante a poder progresar en lo que es el aprendizaje de este idioma”., “se requiere bastante de práctica lingüística para podernos comunicar correctamente”, “habilidad del habla que se va a ir desarrollando a medida que lo vayamos socializando”
	Oportunidades laborales	“A mayor dominio de idiomas se presentan mayores oportunidades laborales”, “tiene un ingreso más la persona que maneja más de dos idiomas”, “Así tengas este conocimiento de otro idioma, o te certificada, titulada, de todo lo demás. Siempre el sueldo mínimo”, “cuando tenemos grupos de habla inglesa que vienen a Piura tenemos que traer guías de otras ciudades”, “tú más los domines más rápido puedes ascender o mejores propuestas laborales puedes encontrar”, “implica que pueda ascender rápidamente en una empresa”,
	Oportunidades personales	“Tú puedes ir a otros lugares y adquirir mayor conocimiento, lugares en los que posean el habla inglesa”, “Te permite llevar cursos un poco más especializados”, “Postular diferentes becas”, “mejora continua en cuanto a la carrera”, “Marco la diferencia con otras personas que no saben el idioma y se me pone en ventaja”, “Definitivamente nos da una ventaja competitiva”, “cuando vayas a realizar un guiado prefieran tus servicios”.

	<p>Riqueza gramatical y léxica</p>	<p>“Vamos a poder entablar una conversación”, “No estás siguiendo esa estructura o ese orden gramatical no te van a entenderla”, “las formas correctas al expresar tus ideas”, “poder comunicar, conjugar, el primer tiempo de la frase que quieres decir”, “en la situación en la que tú quieras contar, si ya sea del presente, del pasado”, “el guía es como un libro andante”, “hay términos especializados en turismo”, “manejas palabras claves”, “nosotros tenemos que transmitir bastante información, fechas, datos importantes”,</p>
	<p>Destreza fonológica</p>	<p>“Te permite tener mucho control sobre la actividad que estás desarrollando”, “Mientras más fluido sea su vocabulario, más entendible es con los clientes”, “si tú no tienes un dominio y una fluidez al dominar el idioma (...) va a ser muy trabado, no te va a entender, y si te va a entender, lo va a entender a su manera y no tal como tú lo quieres dar a conocer”, “en el inglés hay algunas palabras que al momento de pronunciar tienen alguna similitud”, “Que el mensaje que transmite no se pierda”.</p>
<p>Producción oral</p>	<p>Habilidad de interacción</p>	<p>“Es importante saber comunicar para poder vender”, “si no tienes esa capacidad de comunicar tus ideas de una manera concisa, pues créeme que va a ser complejo para ti”, “como lo vamos a decir como lo vamos a transmitir”, “Para hacer que esas necesidades no se queden ahí permanente, sino que se vayan cubriendo y de tal manera que este turista no quede insatisfecho”, “habilidad para saber escuchar”, “vas recibiendo información sobre ellos y te permite lograr satisfacer las posibles necesidades que tengan o las carencias”.</p>

**Tabla 4. Categorías y sub categorías del análisis teórico**

<b>Unidad de análisis a partir de la Indagación teórica</b>	<b>Categorías y sub categorías</b>
Facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite tanto oportunidades laborales como personales.	Importancia del inglés
Permite la interacción social a través de un entorno social, dando paso al diálogo, habilidades orales y escritas.	Comunicación
Son aquellas circunstancias, factores y momentos favorables dentro un empleo, así también las disposiciones a favor por las habilidades y destrezas competitivas.	Oportunidades laborales
Situaciones individuales que se requieren para mejorar bajo una intencionalidad de optimizar resultados, por ende, facilitan el aprovechamiento del alcance de las metas.	Oportunidades personales
Es la destreza de los criterios fundamentales de la riqueza gramatical y léxica, fonológica y habilidades de interacción.	Producción oral
Son los conocimientos de estructuras gramaticales acompañado con una amplia destreza léxica para ser implementada en un dicho o enunciado como oral o escrita.	Riqueza gramatical y léxica
Es toda aquella habilidad fonética en combinación de sonidos a través de la fluidez y pronunciación para un mensaje claro y sin pausas.	Destreza fonológica
Es la facultad asertiva del manejo de aprendizajes o conocimientos y la aplicación de las habilidades perceptivas para entablar una conversación.	Habilidad de interacción

**Tabla 5. Categorías y sub categorías la guía de observación**

<b>Categorías</b>	<b>subcategorías</b>	<b>Unidad de análisis a partir de la observación</b>
<b>Categoría 1:</b> Importancia del inglés	Comunicación	Los entrevistados tienen buena interacción social y facilidad de palabra en la entrevista. Y vergüenza por no tener el dominio del idioma inglés.
	Oportunidades laborales	Personal reducido en las agencias de viaje. Algunos guías tienen sueldo mínimo por ende trabajan en otras entidades o son independientes.
	Oportunidades personales	Constante capacitación en español y temor a capacitaciones en inglés. Y vergüenza por no tener ventaja competitiva concerniente al dominio del idioma extranjero a diferencia de sus colegas del sur del país.
	Riqueza gramatical y léxica	Manifestación de vergüenza por no tener riqueza gramatical y léxica en inglés. Pero satisfacción al dominar vocabulario técnico turístico.
<b>Categoría 2:</b> Producción oral	Destreza fonológica	Sentimiento de vergüenza por no tener buena destreza fonológica. Y controversia con los guías oficiales de turismo certificadas y autorizadas, al manifestar que no tienen buena fluidez por falta de práctica.
	Habilidad de interacción	Dificultad en la comprensión de términos relacionados a los indicadores de la presente subcategoría, pero a su comprensión, se observó entusiasmo y satisfacción al recuerdo de sus guiados.

**Tabla 6. Triangulación**

Categorías y subcategorías	Observación	Entrevista	Análisis teórico	Síntesis integrativa
Importancia del inglés	Se observó, reconocimiento, recapitación, interés y motivación para estudiar, aprender y dominar el idioma inglés.	Según la percepción de los participantes el idioma inglés abre puertas de oportunidades personales y laborales para que como persona te promociones como marca, referente, guía independiente y bilingüe.	Facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite tanto oportunidades laborales como personales.	La información obtenida se afirma que es de gran importancia el conocimiento y dominio del idioma inglés ya que tiene consigo un abanico de oportunidades, tanto en lo personal y laboral.
Comunicación	Los entrevistados tienen buena interacción social y facilidad de palabra en la entrevista. Y vergüenza por no tener el dominio del idioma inglés.	Según la percepción de los participantes de turismo, consideran que es importante la interacción social ya que este indicador permite el desenvolvimiento de las personas en diferentes escenarios donde se acoplan conocimiento básicos o fundamentales, dando paso a una conexión reciproca y comunicación efectiva. Es por ello que a través de la interacción social se puede desarrollar el idioma inglés, ya que permite la práctica, desenvolvimiento y aprendizaje de este idioma, donde abre puertas de oportunidades para que como persona te promociones como marca, referente, guía independiente y bilingüe. En cuanto a la habilidad del habla, los	Permite la interacción social a través de un entorno social, dando paso al diálogo, habilidades orales y escritas.	la información obtenida se afirma que la comunicación influye en el desarrollo de la producción oral de los guías de turismo a través de la constante practica e interacción social.

		<p>participantes expresaron que es necesaria ya que permite expresar y comunicar la información que se quiere brindar, donde se puede entablar una conversación fluida y constata en el cual se hilan frases de manera natural. Por ello es beneficioso esta habilidad en los guías de turismo, ya que da paso a un guiado y conversación efectiva. Esta habilidad con relación al idioma inglés se puede desarrollar mediante la práctica constante de la interacción social o comunicación; asertiva capacidad de respuesta; retención y dominio de gramática, vocabulario, frases, terminaciones, entre otros.</p>	
Oportunidades laborales	<p>Personal reducido en las agencias de viaje. Algunos guías tienen sueldo mínimo por ende trabajan en otras entidades o son independientes.</p>	<p>Según los entrevistados manifiestan por tener conocimiento y dominio de un segundo idioma como el inglés, se pueden dar oportunidades laborales, ya que este permite obtener mejoras salariales. según, los guías oficiales de turismo que el costo del guiado en lengua materna como el castellano, el pago es mínimo, pero si el guía domina un segundo idioma como el inglés, el pago de su guiado es mayor o el doble de lo habitual y según la ruta que guie; por ende, será un guía con mayor preparación. Esto se ve reflejado en los guías de la zona sur del país como</p>	<p>Son aquellas circunstancias, factores y momentos favorables dentro un empleo, así también las disposiciones a favor por las habilidades y destrezas competitivas.</p> <p>Con la información obtenida se afirma que, las oportunidades laborales es relativamente tener mejoras salariales, ascensos laborales, puestos cargos seguros en la empresa o agencia, y obtener flexibilidad de horarios.</p>

---

Arequipa y cusco. Pero lo confrontan dos entrevistadas, manifestando que en Piura no se da mejoras salariales por tan solo tener conocimiento de este idioma extranjero ya que las remuneraciones de los guías son bastantes bajas, por el motivo de la falta de sostenibilidad económica de las agencias. En cuanto a su experiencia en el aumento de remuneración por el dominio o conocimiento del idioma inglés, solamente el 40% de los participantes, ha podido obtener mejoras salariales por tener el conocimiento o dominio del idioma inglés a través de ascensos de cargos de la agencia turística y propinas de los turistas al sentirse satisfechos del servicio del guiado. Pero las que no han podido disfrutar el plus o incremento salarial, revelan que si lo obtendrían en otras zonas, localidades o regiones del país. En cuanto los tours operadores declaran que sí hay mejoras salariales para los guías o personas que dominen el idioma inglés, pero en la ciudad de Piura no encuentran guías actos para guiar en el idioma inglés, es por ello que contratan traductores e intérpretes o traen guías de otras regiones o ciudades del país para que realicen los guiados requeridos en dicho idioma. El

	<p>indicador de ascensos laborales, los entrevistados expresan que, sí se dan ascensos laborales por tener conocimiento o dominio del idioma inglés, ya que, si eres una persona preparada y domina dicho idioma, los gerentes de las agencias u otros trabajos o profesiones seleccionarán a aquel que tiene el idioma extranjero a su favor, esto se llama ventaja competitiva. En relación del rubro turístico, se asciende en empresas turísticas mayoristas, aeropuertos y cruceros. No obstante, tiene como beneficios el incremento salarial, oportunidades laborales en otras empresas, puesto seguro en la empresa, capacitaciones y flexibilidad de horarios de trabajo.</p>	
<p>Oportunidades personales</p>	<p>Constante capacitación en español y temor a capacitaciones en inglés. Y vergüenza por no tener ventaja competitiva al dominio del idioma extranjero a diferencia de sus colegas del sur del</p> <p>Los participantes comentan que están en constante actualización profesional ya que les permite estar a la vanguardia y tener una mejora continua, por lo tanto, es importante el idioma inglés ya que cada año hay nuevos términos y programas turísticos. Debido al turismo de aventura, hoy en día es el boom a nivel nacional, sin quedarse atrás, la región Piura está incursionando en el sandboarding, los cursos son dictados en inglés, por consiguiente, sé que requiere el manejo o dominio de este</p>	<p>Situaciones individuales que se requieren para mejorar bajo una intencionalidad de optimizar resultados, por ende, facilitan el aprovechamiento del alcance de las metas.</p> <p>Con la información obtenida se afirma que las oportunidades personales están estrechamente relacionadas en la competitividad personal ante posibles cargos donde haya una preferencia hacia aquella persona preparada, ya que resalta más en su</p>

---

país.	<p>idioma extranjero. Así también, al hablar este idioma en las especializaciones permite interactuar, familiarizar, practicar, reforzar, entablar conversaciones con los participantes o estudiantes, así como adquirir nuevo y mayor conocimiento, viajar a cualquier país de habla inglesa, tener nuevas oportunidades laborales gracias al nuevo entorno adquirido y manejar nuevas herramientas o plataformas turísticas. Así también, interpretan que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés da ventaja competitiva a quien lo posea, ya que es seleccionado, tienen preferencia o consideración para un mejor puesto laboral. Es por ello, que está persona con ventaja competitiva en el ámbito turístico será seleccionado para guiar, asesorar, manejar, captar o cerrar contratos y ser preferido por clientes extranjeros de habla inglesa. En Piura, la realidad de los guías oficiales de turismo, no son muchos que dominen este idioma, es por ello, que no todos son guías oficiales de turismo certificados y autorizados, ya que según la ley peruana N.º 28529 del guía de turismo para poder certificarse están obligados según en el artículo 5º a</p>	<p>entorno, y esto se debe a la constante actualización profesional y el manejo o dominio del idioma inglés.</p>
-------	--	--

---

		<p>dominar un idioma extranjero (MINCETUR, 2005). Por consiguiente, tener ventaja competitiva tiene como principal beneficio el incremento salarial, estar en el directorio de guías oficiales de turismo del Perú, interactuar en otro país extranjero, postular a diferentes becas, especializaciones o realizar posgrados internacionales de habla inglesa, fácil interacción, cobrar o poner tarifa del guiado, dominar programas turísticos, escalar, postular o trabajar en nuevos puestos de trabajo donde se adecue a los horarios personales.</p>	
Producción oral	<p>Sentimiento de vergüenza por no tener una buena producción oral y reconocimiento e interés de tener dicha habilidad.</p>	<p>Según la percepción de los involucrados hay un déficit en esta habilidad lingüística concerniente en el criterio de la destreza fonológica. Es por ello, que hay una gran preocupación y falta de dominio de este idioma por parte de los guías oficiales de turismo de la región Piura. Por lo tanto, tienen temor y se excluyen para no realizar guiados en inglés, por falta de dominio. Dicho escenario, los tours operadores contratan traductores e intérpretes para los guiados especializados en inglés.</p>	<p>Es la destreza de los criterios fundamentales de la riqueza gramatical y léxica, fonológica y habilidades de interacción.</p> <p>Con la información obtenida se afirma que la buena producción oral en el idioma inglés es importante en los guías de turismo, para la realización de guiados óptimos, ya que permite expresar de manera clara, amplia, constante y precisa la información brindada a los turistas; y así haya una buena comunicación o conversación entre interlocutores.</p>

Riqueza gramatical y léxica	Manifestación de vergüenza por no tener riqueza gramatical y léxica en inglés. Pero satisfacción al dominar vocabulario técnico turístico.	Según la percepción y autoevaluación, la mayoría de los participantes, consideran que no tienen un buen manejo en las estructuras gramaticales y el resto de los implicados, manifiestan que tienen un correcto manejo de las estructuras gramaticales debido a su constante práctica, estudio continuo del idioma inglés, aprendizaje autónomo, por ende, hay una base fortalecida de aprendizaje desde el colegio. Seguidamente, concuerdan que manifiestan que es necesario tener buena estructura gramatical para que llegue un mensaje correcto. posteriormente, declaran que poseen extenso vocabulario técnico en relación a términos técnicos turísticos, vocabulario de aviación y formularios de visas. En lo cual revelan, que es importante esta premisa, ya que un guía oficial de turismo es un libro ándate, en la que transfiere información importante y relevante de la zona turística, por ello puede entablar una conversación debido al amplio vocabulario durante el recorrido turístico.	Son los conocimientos de estructuras gramaticales acompañado con una amplia destreza léxica para ser implementada en un dicho o enunciado como oral o escrita.	Con la información obtenida, se afirma que los guías de turismo deben manejar una correcta estructura gramatical, así como un amplio vocabulario para puedan dar una excelente experiencia al turista de habla inglesa durante el guiado.
Destreza fonológica	Sentimiento de vergüenza por no tener buena destreza fonológica. Y	La mayoría de los participantes consideran que no dominan el idioma inglés y no tienen una buena fluidez debido a la inconstante practica del idioma, la poca interacción con turistas	Es toda aquella habilidad fonética en combinación de sonidos a través de la fluidez y	Con la información obtenida se afirma, que los guías oficiales de turismo deben tener destreza fonológica

	<p>controversia con los guías oficiales de turismo certificadas y autorizadas, al manifestar que no tienen buena fluidez por falta de práctica.</p>	<p>extranjeros, estudios no finalizados, la discontinua actualización y preparación, y la no necesidad de emplearlo debido a nuevos proyectos profesionales. Pero los guías oficiales de turismo certificados y autorizados manifiestan que la fluidez no es su fuerte en torno a sus habilidades del idioma. Es por ello que concuerdan que es necesaria la fluidez en los guías oficiales de turismo para que la conversación sea constante, buena transmisión del mensaje, permite tener el control de la actividad, los viajeros de habla inglesa tengan una excelente y bonita experiencia en nuestro país, y, sobre todo, los guías son el principal ente comunicador para dar a conocer lo que está ofreciendo o presentando. En cuanto a la pronunciación señalan que es importante para que la información sea clara, constante y buena para su excelente comprensión, y así evitar la confusión de palabras y que el mensaje que se emite no se pierda.</p>	<p>pronunciación para un mensaje claro y sin pausas.</p>	<p>para que la información que brindan sea entendible y claro, para que el mensaje que se emite no se pierda en el contexto.</p>
<p>Habilidad de interacción</p>	<p>Dificultad en la comprensión de términos relacionados a los indicadores de la presente</p>	<p>Consideran que los guías oficiales de turismo deben tener la capacidad de respuesta de qué manera y cómo van a decir dicha información para que el turista quede satisfecho en la interacción; saber escuchar y absolver</p>	<p>Es la facultad asertiva del manejo de aprendizajes o conocimientos y la aplicación de las habilidades</p>	<p>Con la información obtenida, los guías oficiales de turismo deben tener una buena negociación del significado y habilidad</p>

<p>subcategoría, pero a su comprensión, se observó entusiasmo y satisfacción al recuerdo de sus guiados.</p>	<p>cualquier duda, y, por último, sean proactivos para la indagación de gustos y preferencias de los viajeros a través de las preguntas al inicio y durante el guiado, y así ser atendidos de manera asertiva.</p>	<p>perceptivas para entablar una conversación.</p>	<p>receptiva, para emitir durante el guiado un mensaje con precisión, proactivo y claro.</p>
--	--	--	--

En el **objetivo general** de la presente investigación, fue *Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024*. Para poder concretar este objetivo se utilizó como instrumento la guía de entrevista y la ficha de observación, la misma que fue aplicada a guías oficiales de turismo, certificados y autorizados; Técnicos guías oficiales de turismo y tours operadores, al desarrollar el objetivo general citado anteriormente, se registraron las siguientes incidencias:

Según la percepción y autoevaluación, la mayoría de los participantes, consideran que no tienen un buen manejo en las estructuras gramaticales y el resto de los implicados, manifiestan que tienen un correcto manejo de las estructuras gramaticales debido a su constante práctica, estudio continuo del idioma inglés, aprendizaje autónomo, por ende, hay una base fortalecida de aprendizaje desde el colegio. Seguidamente, concuerdan que es necesario tener buena estructura gramatical para que llegue un mensaje correcto. Posteriormente, declaran que poseen extenso vocabulario técnico en relación a términos técnicos turísticos, vocabulario de aviación y formularios de visas. En lo cual revelan, que es importante esta premisa, ya que un guía oficial de turismo es un libro ándate, en la que transfiere información importante y relevante de la zona turística, por ello puede entablar una conversación debido al amplio vocabulario durante el recorrido turístico.

La mayoría de los participantes consideran que no dominan el idioma inglés y no tienen una buena fluidez debido a la inconstante práctica del idioma, la poca interacción con turistas extranjeros, estudios no finalizados, la discontinua actualización y preparación, y la no necesidad de emplearlo debido a nuevos proyectos profesionales. Pero los guías oficiales de turismo certificados y autorizados manifiestan que la fluidez no es su fuerte en torno a sus habilidades del idioma. Es por ello que concuerdan que es necesaria la fluidez en los guías oficiales de turismo para que la conversación sea constante, buena transmisión del mensaje, permite tener el control de la actividad, los viajeros de habla inglesa tengan una excelente y bonita experiencia en nuestro país, y, sobre todo, los guías son el principal ente comunicador para dar a conocer lo que está ofreciendo o presentando. En cuanto a la pronunciación

señalan que es importante para que la información sea clara, constante y buena para su excelente comprensión, y así evitar la confusión de palabras y que el mensaje que se emite no se pierda.

Seguidamente, consideran que los guías oficiales de turismo deben tener la capacidad de respuesta de qué manera y cómo van a decir dicha información para que el turista quede satisfecho en la interacción; saber escuchar y absolver cualquier duda, y, por último, sean proactivos para la indagación de gustos y preferencias de los viajeros a través de las preguntas al inicio y durante el guiado, y así ser atendidos de manera asertiva.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación presentada por Gani y Damayanti (2018), donde tuvieron como objetivo averiguar el dominio del inglés de los guías turísticos locales del Museo del Tsunami de Aceh. Según los resultados de esta investigación, se constató que prácticamente todos los guías turísticos participantes tenían varios problemas en la expresión oral según English as a Foreign Language (EFL), como la elección de palabras incorrectas o inapropiadas, la mala pronunciación y falta de confianza al hablar el idioma inglés. En el mismo sentido Ocampo Franco (2021) en el desarrollo de su tesis investigó analizar el impacto del inglés como segundo idioma de los guías turísticos del oriente antioqueño en la competitividad turística. Esta permitió conocer el dominio del idioma inglés. El autor determinó que los guías turísticos tienen conocimientos específicos y limitado del área de recorrido, pero no todos tienen habilidades comunicativas para brindar un buen guiado oral al turista extranjero de habla inglesa. Finalmente, Mendieta Lira (2021) en su artículo investigó clasificar y comparar los resultados y hallazgos más importantes sobre las estrategias utilizadas en la producción oral en inglés en investigaciones de los últimos años a nivel nacional e internacional. Donde señala que es de gran preocupación la producción oral para los docentes, en torno a la pronunciación, entonación y fluidez en los estudiantes.

Este escenario concuerda con la teoría Bygate (como se citó en Solís Alva, 2022), define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma

extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción.

Con la información obtenida se afirma que la buena producción oral en el idioma inglés es importante en los guías de turismo, para la realización de guiados óptimos, ya que permite expresar de manera clara, amplia, constante y precisa la información brindada a los turistas; y así haya una buena comunicación o conversación entre interlocutores.

En el **objetivo específico 1** de la presente investigación, fue *Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024*. Para poder concretar este objetivo se utilizó como instrumentos la guía de entrevista y la guía de observación, la misma que fue aplicada a guías oficiales de turismo, certificados y autorizados; Técnicos guías oficiales de turismo y tours operadores, al desarrollar el objetivo específico 1 citado anteriormente, se registraron las siguientes incidencias:

Según la percepción de los participantes de turismo, consideran que es importante la interacción social ya que este indicador permite el desenvolvimiento de las personas en diferentes escenarios donde se acoplan conocimiento básicos o fundamentales, dando paso a una conexión recíproca y comunicación efectiva. Es por ello que a través de la interacción social se puede desarrollar el idioma inglés, ya que permite la práctica, desenvolvimiento y aprendizaje de este idioma, donde abre puertas de oportunidades para que como persona te promociones como marca, referente, guía independiente y bilingüe. En cuanto a la habilidad del habla, los participantes expresaron que es necesaria ya que permite expresar y comunicar la información que se quiere brindar, donde se puede entablar una conversación fluida y constate en el cual se hilan frases de manera natural. Por ello es beneficioso esta habilidad en los guías de turismo, ya que da paso a un guiado y conversación efectiva. Esta habilidad con relación al idioma inglés se puede desarrollar mediante la práctica constante de la

interacción social o comunicación; asertiva capacidad de respuesta; retención y dominio de gramática, vocabulario, frases, terminaciones, entre otros.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación presentada por Veloz Guerrero (2020) donde examinó el papel del inglés en la experiencia turística, destacando su importancia en la industria y examinando las variables que influyen en la evolución de las experiencias turísticas. Llegando a la determinación que el dominio del inglés permite establecer relaciones sociales a través de la buena comunicación, diálogos, trasmisión de información, otros. En el mismo sentido López et al. (2022) en su artículo de investigación manifiestan que la importancia de aprender inglés es tener una gran capacidad intelectual indispensable para el desenvolvimiento en diferentes ambientes multiculturales, así también, indican que las ventajas de aprender otros idiomas enriquecen la vida, incrementa el círculo social, confianza de sí mismo, optimización de capacidad de la mente, oportunidades de trabajo y vivencias de viaje. Finalmente, Che y Lok (2019) en su estudio manifestaron que el inglés es el idioma más importante para los empleados a la hora de solicitar información y satisfacer las necesidades de los turistas internacionales.

En este caso concuerda con el sustento de la terminología según la UNESCO (2014) la comunicación permite el capital social y da paso a la interacción social, en la que suministra la comprensión entre individuos dentro de cualquier entorno social, dando paso al diálogo intercultural. Por ello, con toda la información obtenida se afirma que la comunicación influye en el desarrollo de la producción oral de los guías de turismo a través de la constante práctica e interacción social.

En el **objetivo específico 2** de la presente investigación, fue *Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024*. Para poder concretar este objetivo se utilizó como instrumentos la guía de entrevista y la guía de observación, la misma que fue aplicada a guías oficiales de turismo, certificados y autorizados; Técnicos guías oficiales de turismo y tours operadores, al desarrollar el objetivo específico 2 citado anteriormente, se registraron las siguientes incidencias:

Según los entrevistados manifiestan por tener conocimiento y dominio de un segundo idioma como el inglés, se pueden dar oportunidades laborales, ya que este permite obtener mejoras salariales. según, los guías oficiales de turismo que el costo del guiado en lengua materna como el castellano, el pago es mínimo, pero si el guía domina un segundo idioma como el inglés, el pago de su guiado es mayor o el doble de lo habitual y según la ruta que guíe; por ende, será un guía con mayor preparación. Esto se ve reflejado en los guías de la zona sur del país como Arequipa y cusco. Pero lo confrontan dos entrevistadas, manifestando que en Piura no se da mejoras salariales por tan solo tener conocimiento de este idioma extranjero ya que las remuneraciones de los guías son bastantes bajas, por el motivo de la falta de sostenibilidad económica de las agencias. En cuanto a su experiencia en el aumento de remuneración por el dominio o conocimiento del idioma inglés, solamente el 40% de los participantes, ha podido obtener mejoras salariales por tener el conocimiento o dominio del idioma inglés a través de ascensos de cargos de la agencia turística y propinas de los turistas al sentirse satisfechos del servicio del guiado. Pero las que no han podido disfrutar el plus o incremento salarial, revelan que si lo obtendrían en otras zonas, localidades o regiones del país. En cuanto los tours operadores declaran que sí hay mejoras salariales para los guías o personas que dominen el idioma inglés, pero en la ciudad de Piura no encuentran guías actos para guiar en el idioma inglés, es por ello que contratan traductores e intérpretes o traen guías de otras regiones o ciudades del país para que realicen los guiados requeridos en dicho idioma. El indicador de ascensos laborales, los entrevistados expresan que, sí se dan ascensos laborales por tener conocimiento o dominio del idioma inglés, ya que, si eres una persona preparada y domina dicho idioma, los gerentes de las agencias u otros trabajos o profesiones seleccionarán a aquel que tiene el idioma extranjero a su favor, esto se llama ventaja competitiva. En relación del rubro turístico, se asciende en empresas turísticas mayoristas, aeropuertos y cruceros. No obstante, tiene como beneficios el incremento salarial, oportunidades laborales en otras empresas, puesto seguro en la empresa, capacitaciones y flexibilidad de horarios de trabajo.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación presentada por López et al. (2022) donde manifestaron que el mejoramiento del grado del inglés, permite becas internacionales, mayor oportunidad de empleo, desarrollo profesional, a lo que hacen un llamado a las universidades a la motivación de la implementación del inglés dentro del currículo en los programas de pregrado. En el mismo sentido Veloz Guerrero (2020) examinó el papel del inglés en la experiencia turística, destacando su importancia en la industria y examinando las variables que influyen en la evolución de las experiencias turísticas. Destacando que el idioma inglés permite el aumento de ingresos económicos en los prestadores de servicios turísticos y da paso a la postulación de trabajos con mejoras salariales. finalmente, Abdullah et al. (2022) en el estudio que realizaron tiene como objetivo definir la competencia comunicativa del inglés de los guías turísticos, donde determinaron que esta permite a los guías turísticos crear oportunidades de empleo y negocio sostenibles para ellos mismos, la población local y el gobierno.

Este escenario concuerda con la definición realizada por Cisneros Delgado (2021) son las diferentes disposiciones que obtiene un postulante para alcanzar una plaza laboral en consecuencia a las habilidades y destrezas competitivas. Y Kapur (2019) manifiesta que los factores que influyen en la adquisición de oportunidades de empleo son, salario, ubicación del lugar de trabajo desde el hogar, medios de transporte, condiciones ambientales de trabajo, naturaleza de los deberes laborales, términos y relaciones con otras personas dentro del lugar de trabajo, programas de capacitación, horarios laborales, beneficios, incentivos y provisión de infraestructura, maquinaria y herramientas.

Con la información obtenida se afirma que, para las involucradas, las oportunidades laborales es relativamente tener mejoras salariales, ascensos laborales, puestos cargos seguros en la empresa o agencia, y obtener flexibilidad de horarios.

En el **objetivo específico 3** de la presente investigación, fue *Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024*. Para poder concretar este objetivo se utilizó como instrumentos la guía de entrevista y la guía de observación, la misma que fue aplicada a guías oficiales de turismo, certificados y autorizados; Técnicos guías oficiales de turismo y tours operadores, al desarrollar el objetivo específico 3 citado anteriormente, se registraron las siguientes incidencias:

Los participantes comentan que están en constante actualización profesional ya que les permite estar a la vanguardia y tener una mejora continua, por lo tanto, es importante el idioma inglés ya que cada año hay nuevos términos y programas turísticos. Debido al turismo de aventura, hoy en día es el boom a nivel nacional, sin quedarse atrás, la región Piura está incursionando en el sandboarding, los cursos son dictados en inglés, por consiguiente, sé que requiere el manejo o dominio de este idioma extranjero. Así también, al hablar este idioma en las especializaciones permite interactuar, familiarizar, practicar, reforzar, entablar conversaciones con los participantes o estudiantes, así como adquirir nuevo y mayor conocimiento, viajar a cualquier país de habla inglesa, tener nuevas oportunidades laborales gracias al nuevo entorno adquirido y manejar nuevas herramientas o plataformas turísticas. Así también, interpretan que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés da ventaja competitiva a quien lo posea, ya que es seleccionado, tienen preferencia o consideración para un mejor puesto laboral. Es por ello, que está persona con ventaja competitiva en el ámbito turístico será seleccionado para guiar, asesorar, manejar, captar o cerrar contratos y ser preferido por clientes extranjeros de habla inglesa. En Piura, la realidad de los guías oficiales de turismo, no son muchos que dominen este idioma, es por ello, que no todos son guías oficiales de turismo certificados y autorizados, ya que según la ley peruana N° 28529 del guía de turismo para poder certificarse están obligados según en el artículo 5° a dominar un idioma extranjero (MINCETUR, 2005). Por consiguiente, tener ventaja competitiva tiene como principal beneficio el incremento salarial, estar en el directorio de guías oficiales de turismo del Perú, interactuar en otro país extranjero, postular a diferentes becas, especializaciones

o realizar posgrados internacionales de habla inglesa, fácil interacción, cobrar o poner tarifa del guiado, dominar programas turísticos, escalar, postular o trabajar en nuevos puestos de trabajo donde se adecue a los horarios personales.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación presentada por López et al. (2022) donde manifestaron que el mejoramiento del grado del inglés, permite becas internacionales, mayor oportunidad de empleo, desarrollo profesional, a lo que hacen un llamado a las universidades a la motivación de la implementación del inglés dentro del currículo en los programas de pregrado. En el mismo sentido Ocampo Franco (2021) en el desarrollo de su tesis investigó analizar el impacto del inglés como segundo idioma de los guías turísticos del oriente antioqueño en la competitividad turística. donde resaltó que uno de los motivos para el aprendizaje del inglés es tener demanda laboral, incremento monetario y crecimiento o actualización profesional. Y finalmente Veloz Guerrero (2020) en base a su investigación manifestó que el conocimiento de esta lengua permite a la postulación de trabajos con mejoras salariales, ya que los guías poseen certificaciones que avalan sus conocimientos, por ende, tienen ventaja competitiva.

Este escenario concuerda con la definición según Euroinnova (2004) que las oportunidades personales es una situación personal e individual que tiende a mejorarse si se pone empeño con la intencionalidad de optimizar ciertos resultados. Y seguidamente para Jobatus (2023) define como sucesión de escenarios personales que facilitan el aprovechamiento del momento para el alcance de las metas.

Con la información obtenida se afirma que las oportunidades personales están estrechamente relacionadas según los participantes, en la competitividad personal ante posibles cargos donde haya una preferencia hacia aquella persona preparada, ya que resalta más en su entorno, y esto se debe a la constante actualización profesional y el manejo o dominio del idioma inglés.

## V. CONCLUSIONES

La percepción de la importancia del inglés realmente influye en la producción oral en los guías de turismo en la provincia de Piura, Piura, 2024; según la información obtenida de los entrevistados en su autoevaluación, se concluye que tienen un bajo conocimiento de este idioma inglés, seguidamente tienen déficit en la producción oral durante el guiado dirigido en esta lengua. Es por ello que los tours operadores contratan traductores e intérpretes o guías de otras regiones que puedan dominar y manejar este tipo de guiado en la lengua inglesa. Por lo tanto, es necesario el manejo y dominio del idioma inglés, ya que se accede a una comunicación constante y fluida entre los interlocutores para tener un óptimo guiado basándose en los criterios según la teoría Bygate (como se citó en Solis Alva, 2022) como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica); y habilidades de interacción dando paso, a una grata experiencia en el servicio requerido al turista de habla inglesa. Unas de las limitaciones de este estudio es que al dar a conocer el título de la investigación en relación al inglés tenían miedo a ser entrevistados y los que accedieron a la entrevista, manifestaban al comienzo de la aplicación de la guía, que no dominaban este idioma, ante el temor en ser entrevistados en este idioma hubiese tenido un bajo número de entrevistados.

La comunicación influye de manera positiva en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Según la información obtenida por los involucrados, se concluye que la comunicación en el idioma inglés se desarrolla a través de la interacción social y la habilidad del habla, en donde se otorga el desenvolvimiento en diferentes escenarios, la práctica y el aprendizaje continuo de este idioma. Por lo tanto concuerda con el sustento de la UNESCO (2014). Es por ello que los guías oficiales de turismo se consideran un libro andante o la puerta de la ciudad debido al manejo y transmisión de información durante el guiado, pero evitan tener comunicación o contacto con los turistas internacionales de habla inglesa porque tienen bajo conocimiento y déficit en el dominio o habilidad lingüística del idioma inglés.

Por lo tanto, este suceso fue el principal inconveniente para poder visualizar un guiado en dicho idioma.

Las oportunidades laborales influyen en gran escala en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Según la información obtenida por los encuestados, se concluye que las oportunidades laborales se dan por el conocimiento o dominio de un segundo idioma, en este caso, el inglés ya que es la lengua universal. Esta presenta beneficios de incremento salarial por dar un guiado especializado en dicha lengua mencionada y ascensos laborales en una agencia turística mayorista, aeropuertos y cruceros, por el solo motivo de tener un plus importante en tu currículum profesional donde concuerda con la definición realizada por Cisneros Delgado (2021), es por ello que es importante tener conocimiento o dominio de este idioma para que los guías de turismo puedan obtener mayor demanda laboral e ingresos.

Las oportunidades personales influyen notoriamente en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024. Según la información adquirida por los entrevistados, se concluye que las oportunidades personales se presentan bajo el dominio, manejo o conocimiento de esta lengua extranjera como el inglés, donde la actualización profesional turística realmente lo requiere para poder tener la facilidad, confianza e interacción en los congresos, cursos, especializaciones, otros; dictados en este idioma. No dejando de lado que al dominar esta lengua inglesa da ventaja competitiva, por ello, la persona que tiene esta característica, es seleccionado o preferido para obtener cargos o puestos laborales superiores, tener mayor demanda laboral de guiado y estar en el directorio de guías oficiales de turismo, autorizado por el Ministerio de comercio exterior y turismo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda que los guías de turismo de la provincia de Piura, asistan a cursos, talleres o capacitaciones especializadas en el idioma inglés para fortalecer, practicar, incrementar y adquirir conocimiento a través de estrategias aplicadas en la enseñanza del inglés y así poder fortalecer la producción oral.

Los guías oficiales de turismo deben entablar relaciones sociales en el idioma inglés con el fin de tener una práctica continua de dicho idioma.

Los guías oficiales de turismo, se les recomienda, asistir o finalizar sus estudios en una institución de idiomas con el fin de poder legalizar a través de un documento emitido por dicha institución, el dominio del inglés, que dará paso a la certificación como guía oficial de turismo y estar presente en el directorio de guías oficiales de turismo, autorizado por el Ministerio de comercio exterior y turismo. Como beneficio permitirá las oportunidades laborales.

Se les hace hincapié a los guías oficiales de turismo en la constante actualización profesional dictado en este idioma extranjero. Ya que permite tener mayor competitividad en el mercado turístico y ampliación o adquisición de nuevos conocimientos y estándares turísticos internacionales.

## REFERENCIAS

- Abdullah, F., Hidayati, A., Andriani, A., & Tandiana, S. (2022). Deciphering Tour Guides' English Communicative Competence: Some Evidence from Indonesia. *Journal of English Language Studies*, 7(1), 89-106. <https://doi.org/10.30870/jels.v7i1.14241>
- Aggabao, R. G. (2020). Grammatical Structures in the Written and Oral Mode of ESL Students. *Journal of English Language Teaching and Applied Linguistics*, 2(5). <https://doi.org/10.32996/JELTAL.2020.2.5.6>
- Alejo Maraví , M. M., Carrillo Vargas, T. E., y Lorenzo Ríos, M. R. (2014). *Las canciones y su relación con las habilidades comunicativas orales en el idioma inglés en los estudiantes del primer grado de secundaria de la Institución Educativa Adventista El Buen Pastor, Ñaña ,2014. Lima, Perú* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle] Repositorio UNE. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/885>
- Amason, A., & Ward, A. (2020). *Strategies for Competitive Advantage - Strategic Management*. doi:10.4324/9781003000594-6
- Amedirh. (2019). *Glosario*. Banco del Conocimiento RRHH. <https://bconocimientoamedirh.com.mx/glosario/item/actualizacion-profesional#:~:text=Proceso%20de%20cualquier%20modalidad%20de,o%20d el%20mercado%20de%20trabajo.>

- Arecoa (2022, 21 de octubre). *Capacitaran personal turístico secundario en el idioma inglés. Diario turístico de la República Dominicana.*  
<https://www.arecoa.com/destinos/2022/10/21/capacitaran-personal-turistico-secundario-en-el-idioma-ingles/>
- Atasheva, G. (2024). The importance of English language in the formation of cross-cultural relations. *American Journal of Philological Sciences*, 4(2), 58-62.  
<https://doi.org/10.37547/ajps/volume04issue02-11>
- Berkategori, T. (2015, February). *The Components of Speaking Skill.* Keep Struggle.  
<https://adeprimarora.wordpress.com/2015/02/11/the-components-of-speaking-skill/>
- Bilbao, I. d. (2014). *Habilidades perceptivas.* Clínica Begira.  
<https://www.clinicabegira.com/aprendizaje/habilidades-perceptivas/>
- Blume Moore, I. (2011). Mejoras salariales, principio de igualdad y no discriminación entre trabajadores. *IUS ET VERITAS*, 21(42), 232-249.  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/12090>
- Canal, S. (2023, enero 16). Inglés y turismo: Una relación necesaria. *G5noticias.*  
<https://g5noticias.cl/2023/01/16/ingles-y-turismo-una-relacion-necesaria/>
- Che Hassan, N., & Lok Tik, R. (2019). Island Tourism Employees' Perceived Importance and Challenges of English Communication. *LSP International Journal*, 6(1), 39-53. <https://doi.org/10.11113/lspi.v6n1.83>

Cisneros Delgado, L. J. (2021). *Dominio del idioma inglés y oportunidades laborales en los estudiantes de último ciclo de la carrera de marketing e innovación del Instituto San Ignacio de Loyola 2021* [Tesis de pregrado, SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL]. Repositorio ISIL. <https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/498>

Corral, F. (2006). *Recursos Humanos: compensación*. EOI Escuela de Negocios. <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/77716/rrhh-recursos-humanos-compensacion>

Cortés Moreno, M. (2000). *Guía para el profesor de idiomas: didáctica del español y segundas lenguas*. Barcelona, España. Ediciones octaedro <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=41934>

Delgado Veiga, M. M. (2016). Estrategias de comunicación oral en situación de evaluación. 641-650. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7438697>

Deshmukh, S. P. (2024). Factors Influencing English Speaking Fluency Among Second Language Learners. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(5), 6410 -6414. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i5.3951>

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Piura [DIRCETUR]. (2019,13 de agosto). *Prestadores serán capacitados en inglés para mejorar atención al turista extranjero*. Plataforma digital única del Estado Peruano. <https://www.gob.pe/institucion/regionpiura-dircetur/noticias/611706->

[prestadores-seran-capacitados-en-ingles-para-mejorar-atencion-al-turista-extranjero](#)

Domínguez, M. A., & Stipcich, M. S. (2009). Buscando indicadores de la negociación de significados en clases de Ciencias Naturales. *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*, 8(2), 539-551.

[http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen08/ART9\\_Vol8\\_N2.pdf](http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen08/ART9_Vol8_N2.pdf)

Dujardin, E., Auphan, P., Bailloud, N., Ecalle, J., & Magnan, A. (2021). Tools and Teaching Strategies for Vocabulary Assessment and Instruction: A Review. *Social Education Research*. 3(1), 34-66.

<https://doi.org/10.37256/ser.3120221044>

Dutta, S. (2019). The importance of “English” language in today’s world. *International Journal of English Learning & Teaching Skills*, 2(1), 1028-1035.

<https://doi.org/10.15864/ijelts.2119>

Euroinnova. (2004). *¿Qué es una oportunidad personal?*

<https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-una-oportunidad-personal>

Gani, S., & Damayanti, C. (2018). The ability to speak English of the local tour guides for promoting tourism at the Aceh tsunami museum. *Studies in English language and education*, 5(2), 269-278. <https://doi.org/10.24815/SIELE.V5I2.11178>

Gudiño Espinoza, E. P. (2017). *La Dramatización en el desarrollo de la Producción Oral del Idioma inglés* [Tesis de pregrado, Universidad Central Del Ecuador] Repositorio UCE. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/13662>

Gobierno Regional San Martín [GORE]. (3 de Mayo de 2023). *Realizarán curso gratuito del idioma inglés para emprendedores turísticos*. Plataforma digital única del Estado Peruano.

<https://www.gob.pe/institucion/regionsanmartin/noticias/752758-realizaran-curso-gratuito-del-idioma-ingles-para-emprendedores-turisticos>

Hasbún, B., García, F., y Bustos, C. (2015). *Ascenso laboral: Desempeño, estabilidad y eficiencia*. Universidad de Chile. <https://casos.fen.uchile.cl/wp-content/uploads/2019/11/D11.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación (sexta ed.)*. McGRAW-HILL / interamericana editores, S.A. de C.V. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hong, Y., Chen, L.-G., Huang, J.-H., Tsai, Y.-Y., & Chang, T.-Y. (2022). The impact of cooperative learning method on the oral proficiency of learners of the training program for English tourist guides. *Frontiers in Psychology*, 13:866863. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.866863>

Kapur, R. (2019). Employment opportunities in rural areas. *Acta scientific agriculture*, 3(8), 58-65. <https://doi.org/10.31080/asag.2019.03.0564>

Kingsbury, L., & Hong, W. (2020). A Multi-Brain Framework for Social Interaction. *Trends in Neurosciences*, 43(9), 651-666. <https://doi.org/10.1016/j.tins.2020.06.008>

- Lara Velarde, A., Guaranga Lema, J., Iguasnia Guala, M., & Inca Guerrero, J. (2022). Communicative activities to enhance oral production in the EFL classroom. *Ciencia Digital* 6(1), 6 – 26. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v6i1.1952>
- Lekhtyanskaya, L., & Movchan, A. (2021). Formation of speaking skills in students. <https://doi.org/10.26140/KNZ4-2021-1001-0008>
- Ley del guía de turismo. (2005, 25 de mayo). Congreso de la República. Diario oficial Oficial “El Peruano”. N.º 28529. <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28529.pdf>
- Li Wen, W., & Muhammad Naim, R. (2023). Vocabulary Learning Strategies (VLS) In Second Language Acquisition (SLA): A Review of Literature. *International Journal of Language Literacy and Translation*, 6(2), 223-241. <https://doi.org/10.36777/ijollt2023.6.2.087>
- López-Meneses, X. d., Chasipanta-Vega, A. L., Chiluisa-Molina, M. F., & Robles-Arboleda, G. A. (2022). La importancia del aprendizaje y conocimiento del idioma inglés en la enseñanza superior. *Polo del conocimiento*, 7(6), 1338-1351. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4140/html>
- Mardonova, R. (2020). The significant features of pronunciation in English language teaching. *Foreign Languages in Uzbekistan* 2(31), 189-196. <https://doi.org/10.36078/1589804966>

- Masuram, J., & Sripada, P. (2020). Developing speaking skills through task-based materials. *Procedia Computer Science* 172, 60–65. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.05.009>
- Medina Romero, M., Rojas León, C., Bustamante Hoces, W., Loaiza Carrasco, R., Martel Carranza, C., y Castillo Acobo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Medina, F. (2021, 7 de febrero). *Consejos para mantenerte actualizado en tu carrera profesional*. Crehana. <https://www.crehana.com/blog/desempeno/mantenerte-actualizado-carrera-profesional/#que-es-actualizacion-profesional>
- Mehrajuddin, S. (2022). Importance of English language in present epoch. *International journal of research publication and reviews*, 3(5), 592-593. <https://doi.org/10.55248/gengpi.2022.3.5.7>
- Mendieta Lira, K. A. (2021). Potenciando la producción oral en inglés: estrategias y herramientas en el aula. *Religación*, 6 (29). <https://doi.org/10.46652/rqn.v6i29.815>
- Mendieta Lira, K. A. (2022). Innovación del juego de roles en la producción oral del idioma inglés en estudiantes de una universidad privada, Ate 2021. Lima, Perú [Tesis doctoral, Universidad César Vallejo] Repositorio Universidad cesar vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/82224>

Ministerio de Comercio Exterior y turismo [MINCETUR]. (2023,16 de mayo).

Plataforma digital única del Estado Peruano:

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/campa%C3%B1as/266-directorio-nacional-de-prestadores-de-servicios-turisticos-calificados>

Murmu, A. (2022). The Importance of English Language in Contemporary Life. *Global*

*Research Journal*. <https://globalresearchjournal.info/the-importance-of-english-language-in-contemporary-life/>

Novita, W. S., PG, D. S., & Rianto, M. R. (2022). Career Development, Motivation and

Promotion on Employee Performance. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(9), 1957-1970. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i9.1453>

Ocampo Franco, C. (2021). *Impacto del inglés como segundo idioma de los guías*

*turísticos del Oriente Antioqueño en la competitividad turística* [Tesis de pregrado, Universidad de Antioquia] Repositorio Institucional Universidad de Antioquia. <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/19883>

Okumdi, M. C. (2022). Social Interaction and Social Relations: A Sociological Analysis.

*Journal of sociology and social anthropology*, 13(1-2), 1-16. <https://doi.org/10.31901/24566764.2022/13.1-2.373>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación [UNESCO]. (2014).

*Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000229609>

Padilla Góngora, D., Martínez Cortés, M., Pérez Morón, M., Rodríguez Martín, C., y Miras Martínez, F. (2008). La competencia lingüística como base del aprendizaje. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1),177-183.

<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832317019.pdf>

Pardede, P. (2018). Improving EFL Students' English Pronunciation by Using the Explicit Teaching Approach. *journal of English Teaching*, 4(3).

<https://doi.org/10.33541/jet.v4i3.852>

¿Qué son las oportunidades personales ejemplos? (2023). *Noticias Jobatus*.

[https://www.jobatus.mx/noticias/que-son-las-oportunidades-personales-ejemplos?expand\\_article=1](https://www.jobatus.mx/noticias/que-son-las-oportunidades-personales-ejemplos?expand_article=1)

Reyes Carrasco, O. R. (2019). *Estrategia didáctica para desarrollar la producción oral en los estudiantes del curso de inglés en un instituto de educación superior de lima* [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/handle/20.500.14005/9133>

Roca Torruella, X. (2014, 21 de febrero). *¿Cuál es tu ventaja competitiva?*

[https://soymimarca.com/cual-es-tu-ventaja-competitiva/#Ventaja\\_competitiva](https://soymimarca.com/cual-es-tu-ventaja-competitiva/#Ventaja_competitiva)

Romero-Royo, M. (08 de Julio de 2007). *La importancia del inglés para el alumno de Turismo*. Colección de Recursos Educativos Abiertos de la Universidad de Jaén.

<https://hdl.handle.net/10953.1/4823>

San Martín, A. C. (2019, 21 de enero). UV promueve el idioma inglés entre el sector turismo de Poza Rica. *Universidad Veracruzana*.

<https://www.uv.mx/pozarica/noticias/general/uv-promueve-el-idioma-ingles-entre-el-sector-turismo-de-poza-rica/>

Sánchez, A. (2021, 27 de mayo). Promperú: ¿El turismo británico es importante para

Perú? *La agencia de viajes Perú*. <https://peru.ladevi.info/promperu/promperu-el-turismo-britanico-es-importante-peru-n31026>

Solis Alva, L. S. (2020). *Estrategia didáctica para mejorar la producción oral del idioma francés en los estudiantes del nivel básico de una institución educativa superior de lima* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola] repositorio Usil.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a05eb193-fea4-41ac-8719-bfb7dd81e057/content>

Stanton, S. (2021). *Inglés para el empleo: El aprendizaje del inglés en la educación*

*técnica y la formación profesional*. Pearson.

<https://www.thedialogue.org/analysis/el-ingles-para-el-empleo-el-aprendizaje-del-ingles-en-la-educacion-tecnica-y-profesional/?lang=es>

Veloz Guerrero, S. J. (2020). El idioma inglés en la experiencia turística [Tesis de

posgrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio UTA.

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/31686>

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

profesional en turismo. *Revista electrónica formación y calidad educativa*, 7(1), 245–258. <https://refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2981>

Yep, S. (26 de Julio de 2021). Programa gratuito de inglés busca reactivar el turismo en el Perú. *Enterados.pe*. <https://enterados.pe/turismo/noticias/programa-gratuito-de-ingles-busca-reactivar-el-turismo-en-el-peru/>

Yepes, C. (2023, junio 7). Proveedores de turismo local se harán 'conversadores' en inglés. *Unibague noticias*. <https://www.unibague.edu.co/noticias-institucionales/4140-proveedores-de-turismo-local-se-haran-conversadores-en-ingles>

## ANEXOS

### Anexo 01: Directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados – Piura.

	<p><b>10418596096 Calle Ruiz, Samanta Hilda</b></p> <p>RUC : 10418596096</p> <p>Apellidos y Nombres : Calle Ruiz, Samanta Hilda</p> <p>Dirección : CLLE MARÌA AUXILIADORA 172 2PISO SANTA ROSA SULLANA (PIURA/SULLANA/SULLANA)</p> <p>Doc. Identidad : 41859609</p> <p>Teléfono : / 930218493</p> <p>E-Mail : samanta.calle@gmail.com</p> <p>Nro. Carné : 513-Colitur</p> <p>Fec. de Expedición : 28/06/2019</p> <p>Idioma(s) : Ingles, Ingles</p> <p>Centro de Formación : NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS</p> <p>Especialización :</p> <p>Asociación y/o Coleg. : Colitur-Consejo Regional Lima</p>
	<p><b>10447091564 BENITES ZAPATA, STEPHANIE MARIAM</b></p> <p>RUC : 10447091564</p> <p>Apellidos y Nombres : BENITES ZAPATA, STEPHANIE MARIAM</p> <p>Dirección : JR. AREQUIPA 173 (PIURA/PAITA/PAITA)</p> <p>Doc. Identidad : 44709156</p> <p>Teléfono : / 993195207</p> <p>E-Mail : sther17-07@hotmail.com</p> <p>Nro. Carné : 002-2014</p> <p>Fec. de Expedición : 14/09/2014</p> <p>Idioma(s) : Ingles</p> <p>Centro de Formación : I.E.S.T.P "ALAS PERUANAS" -PIURA, INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "ALAS PERUANAS"- PIURA</p> <p>Especialización :</p> <p>Asociación y/o Coleg. : -</p>
	<p><b>10474499320 MONTALVAN GARCÍA, VICTOR EMILIO</b></p> <p>RUC : 10474499320</p>



Apellidos y Nombres : MONTALVAN GARCÍA, VICTOR EMILIO  
Dirección : VIA A.A.H.H. SAN SEBASTIAN MZ. D2 LOTE 26 (PIURA/PIURA/VEINTISEIS DE OCTUBRE)  
Doc. Identidad : 47449932  
Teléfono : / 995659116  
E-Mail : paramo-21@live.com.pe  
Nro. Carné : 001-2014  
Fec. de Expedición : 22/07/2014  
Idioma(s) : Ingles, Ingles  
Centro de Formación : ISA INTEGRAL - PIURA, INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "ISA INTEGRAL" PIURA  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. : -

**10777990603**

**MACALUPU MORALES, GUISEL ALEXANDRA**



RUC : 10777990603  
Apellidos y Nombres : MACALUPU MORALES, GUISEL ALEXANDRA  
Dirección : VIA ----- S/N JOSÈ J. INCLÀN MZ. D LOTE 08 PIURA (PIURA/PIURA/PIURA)  
Doc. Identidad : 77799060  
Teléfono : / 901447729  
E-Mail : amacalupumorales@gmail.com  
Nro. Carné : 004-2022  
Fec. de Expedición : 20/05/2022  
Idioma(s) : Ingles  
Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "ALAS PERUANAS"  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. :

**10459575451**

**BECERRA TUME, KAREM FIORELLA**



RUC : 10459575451  
Apellidos y Nombres : BECERRA TUME, KAREM FIORELLA  
Dirección : AV. ----- 1455-3 VOLANTE 1455-3 - EL ALTO (PIURA/TALARA/EL ALTO)  
Doc. Identidad : 45957545  
Teléfono : / 959390214  
E-Mail : karem.becerra.tume@gmail.com  
Nro. Carné : 001-2023

	<p>Fec. de Expedición : 10/02/2023  Idioma(s) : Ingles  Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO "ALAS PERUANAS"  Especialización :  Asociación y/o Coleg. :</p>
<p><b>10400404751</b></p> 	<p><b>ANTON ANASTACIO, MARJORIE MILAGROS</b>  RUC : 10400404751  Apellidos y Nombres : ANTON ANASTACIO, MARJORIE MILAGROS  Dirección : AV. SULLANA SUR LOS TITANES MZA. F LOTE 16 2DA. ETAPA- PIURA (PIURA/PIURA/PIURA)  Doc. Identidad : 40040475  Teléfono : / 969346378  E-Mail : got.marjorie@gmail.com  Nro. Carné : 002-2022  Fec. de Expedición : 26/04/2022  Idioma(s) : Fránces  Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "ALAS PERUANAS"-PIURA  Especialización :  Asociación y/o Coleg. : AGOTUR-PIURA</p>
<p><b>10447786881</b></p> 	<p><b>ANCAJIMA HUANCAS, AURA ISABEL</b>  RUC : 10447786881  Apellidos y Nombres : ANCAJIMA HUANCAS, AURA ISABEL  Dirección : CLLE LOS ALMENDROS LOS ALMENDROS MZ. I LOTE 6- CASTILLA- PIURA (PIURA/PIURA/CASTILLA)  Doc. Identidad : 44778688  Teléfono : / 958101934  E-Mail : anhi_isabel@hotmail.com,  Nro. Carné : 003-202222  Fec. de Expedición : 28/04/2022  Idioma(s) : Ingles, Fránces  Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR, TECNOLÓGICO PRIVADO CEVATUR PERÙ.  Especialización :  Asociación y/o Coleg. : AGOTUR PIURA.</p>
<p><b>10483848612</b></p>	<p><b>GARCIA GALLARDO, KARINA DEL PILAR</b>  RUC : 10483848612</p>



Apellidos y Nombres : GARCIA GALLARDO, KARINA DEL PILAR  
Dirección : VIA - JOSE JOAQUIN INCLAN MZ. D, LT. 8 (PIURA/PIURA/PIURA)  
Doc. Identidad : 48384861  
Teléfono : / 972300930  
E-Mail : karinagarciagallardo25@gmail.com  
Nro. Carné : 005-2022  
Fec. de Expedición : 09/07/2022  
Idioma(s) : Ingles  
Centro de Formación : Instituto de Educación Superior Privado "Alas Peruanas"  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. :

**10475522066**

**BARRETO TRELLES, KARLA STEPFANY**



RUC : 10475522066  
Apellidos y Nombres : BARRETO TRELLES, KARLA STEPFANY  
Dirección : CLLE TACNA 961 (PIURA/PIURA/PIURA)  
Doc. Identidad : 47552206  
Teléfono : / 969265613  
E-Mail : karlabarreto\_86@hotmail.com.  
Nro. Carné : 001-2020  
Fec. de Expedición : 17/12/2020  
Idioma(s) : Ingles  
Centro de Formación :  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. : -

**10751080463**

**PALACIOS BERECHÉ, JEYNI CAROLINA**



RUC : 10751080463  
Apellidos y Nombres : PALACIOS BERECHÉ, JEYNI CAROLINA  
Dirección : CLLE CASERIO CAMPANAS MZ. A LOTE 47-CHULUCANAS (PIURA/MORROPÓN/CHULUCANAS)  
Doc. Identidad : 75108046  
Teléfono : / 945347587  
E-Mail : guia\_palacios2020@hotmail.com  
Nro. Carné : 003-2021  
Fec. de Expedición : 08/07/2021  
Idioma(s) : Ingles

	<p>Centro de Formación : I.E.S.T.P "ALAS PERUANAS" -PIURA</p> <p>Especialización :</p> <p>Asociación y/o Coleg. : -</p>
<p><b>10486929605</b></p> 	<p><b>PACHERRES HERRERA, ESTEFANI RUTH</b></p> <p>RUC : 10486929605</p> <p>Apellidos y Nombres : PACHERRES HERRERA, ESTEFANI RUTH</p> <p>Dirección : AV. ASOCIACIÓN LOS PINOS MZ. A LOTE 13 CASTILLA (PIURA/PIURA/CASTILLA)</p> <p>Doc. Identidad : 48692960</p> <p>Teléfono : / 944660995</p> <p>E-Mail : stefany.pacherres95@gmail.com</p> <p>Nro. Carné : 001-2021</p> <p>Fec. de Expedición : 05/02/2021</p> <p>Idioma(s) : Ingles</p> <p>Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO "ISA INTEGRAL"</p> <p>Especialización :</p> <p>Asociación y/o Coleg. : -</p>
<p><b>10470770461</b></p> 	<p><b>SERNAQUE GRANDA, JORGE ARMANDO</b></p> <p>RUC : 10470770461</p> <p>Apellidos y Nombres : SERNAQUE GRANDA, JORGE ARMANDO</p> <p>Dirección : VIA A.H. SAN VALENTÍN SAN VALENTÍN MZ. "O" LOTE 6. (PIURA/PIURA/CASTILLA)</p> <p>Doc. Identidad : 47077046</p> <p>Teléfono : 934150488</p> <p>E-Mail : sernaquearmando@gmail.com.</p> <p>Nro. Carné : 001-2017</p> <p>Fec. de Expedición : 03/11/2017</p> <p>Idioma(s) : Fránces</p> <p>Centro de Formación : CEVATUR PERÚ</p> <p>Especialización :</p> <p>Asociación y/o Coleg. : -</p>
<p><b>10468303596</b></p>	<p><b>PASTOR PALOMINO, ANA GABRIELA</b></p> <p>RUC : 10468303596</p> <p>Apellidos y Nombres : PASTOR PALOMINO, ANA GABRIELA</p>



Dirección : AV. IRAZOLA D1 LOTE 20, URB. MIRAFLORES,  
CASTILLA, PIURA. (PIURA/PIURA/CASTILLA)  
Doc. Identidad : 46830359  
Teléfono : / 996142279  
E-Mail : anturismopiur@gmail.com  
Nro. Carné : 175-Colitur  
Fec. de Expedición : 18/01/2017  
Idioma(s) : Ingles  
Centro de Formación : CÉSAR VALLEJO, UNIVERSIDAD CÈSAR VALLEJO  
Formación PIURA  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. : Colitur La Libertad

**10766700221**

**AMAYA PERICHE, LEIDY DIANA**



RUC : 10766700221  
Apellidos y Nombres : AMAYA PERICHE, LEIDY DIANA  
Dirección : VIA --- PRIMAVERA B1 LOTE 7- EL ALTO  
(PIURA/TALARA/EL ALTO)  
Doc. Identidad : 76670022  
Teléfono : / 926897661  
E-Mail : guiadeturismoamaya@gmail.com  
Nro. Carné : 001  
Fec. de Expedición : 16/05/2019  
Idioma(s) : Ingles  
Centro de Formación : INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
TECNOLÓGICO PRIVADO "ALAS PERUANAS"  
Especialización :  
Asociación y/o Coleg. : -

**Anexo 02: Matriz de operacionalización de categorías “Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”**

<b>Problema general</b>	<b>Propósito general</b>	<b>Categorías</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>
¿Cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?	Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.	Importancia del inglés	Comunicación	Interacción social Habilidad del habla	Entrevista / Guía de entrevista
			Oportunidades laborales	Mejoras salariales Ascenso laboral	
			Oportunidades personales	Actualización profesional Ventaja competitiva	
<b>Problemas específicos</b>	<b>Propósitos específicos</b>	<b>Categorías</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica/ Instrumento</b>
¿Cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?	Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.	Producción oral	Riqueza gramatical y léxica	Estructuras gramaticales Vocabulario	Entrevista / Guía de entrevista
¿Cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?	Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.		Destreza fonológica	Fluidez Pronunciación	
¿Cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024?	Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.		Habilidad de interacción	Negociación del significado Habilidades perceptivas	

### Anexo 03: Instrumento de Guía de entrevista

<b>GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO</b>	
<b>Propósito.</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> </ol>	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	
<b>Profesión:</b>	
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	
<b>Cargo:</b>	
<b>Fecha de entrevista:</b>	
<b>Hora de entrevista:</b>	
<p>La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada <i>“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”</i></p> <p>Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.</p>	
<b>Ítems</b>	
<b>Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	
2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo comunicativo en el idioma inglés? ¿por qué?	
3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés?	
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?	
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?	
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener	

estudios del idioma inglés? ¿por qué?
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?
<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
17. ¿Tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?
Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?

## Anexo 04: Guía de observación

### ANEXO

#### Guía de observación

El propósito de esta guía es para recabar información relacionado a la percepción de la importancia del inglés y la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

**Título de la investigación:** "Percepción de la importancia del inglés y la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 20242.

Fecha de Observación: 10, 12, 13 y 21 de junio del 2024.

Nombre del Observador: Lic. Rosa Amelia Sánchez Bravo

Categorías	Eventos	Descripción
<b>Categoría 1:</b> Importancia del inglés	Comunicación	Se observó que los entrevistados tienen facilidad de entablar una buena interacción social, son amables y empáticos. Así también manejan mucha información concerniente al turismo regional para realizar un excelente guiado en su lengua materna. Y, vergüenza por no dominar el idioma extranjero.
	Oportunidades laborales	Se observó un mínimo número de trabajadores en las agencias de viajes, los guías no solo trabajan en una agencia sino independientemente, otros, trabajan en diferentes entidades no relacionado al guiado, así como el descontento salarial por parte del personal de algunas agencias, y en otras optimismo y satisfacción en relación al cargo en agencias minoristas.
	Oportunidades personales	Se observó satisfacción en las capacitaciones en español y temor por tener actualización profesional dictados en el idioma inglés. Así también, vergüenza de no resaltar ante sus colegas de las regiones del

**Categoría  
2:  
Producción  
oral**

Riqueza gramatical  
y léxica

sur del país por dicho idioma. Pero, motivación para seguir preparándose en el inglés.

Se observó vergüenza, al manifestar que no tienen un amplio léxico y manejo de gramática en el idioma inglés, pero satisfacción por manejar vocabulario técnico turístico en inglés al realizar llenado de fichas y formularios.

Destreza fonológica

Se observó que en los técnicos guías oficiales de turismo, timidez al dar a conocer no tener fluidez y tener dificultad en la pronunciación del idioma inglés. Y, por otro lado, controversias en las guías oficiales de turismo certificadas y autorizadas, al decir que dominan el inglés, pero no tienen fluidez.

Habilidad de  
interacción

Se observó poca dificultad a la comprensión teórica de las terminologías negociación del significado y habilidades perceptivas. Pero a su total comprensión recordaron experiencias en sus guías relacionando a las terminologías presentadas en esta última subcategoría.

## Anexo 05: Fichas de validación

### Validador N° 1: Juez Cecilia Fiorella Jara Angulo



## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista -Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez



<b>Nombre del juez:</b>	Cecilia Fiorella Jara Angulo	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( <input checked="" type="checkbox"/> )	Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Educación superior	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad Cesar Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )	
<b>Experiencia en Investigación Psicométrica:</b>		

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la entrevista



<b>Nombre de la Prueba:</b>	Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo
<b>Autora:</b>	Rosa Amelia Sánchez Bravo
<b>Procedencia:</b>	Piura
<b>Administración:</b>	
<b>Tiempo de aplicación:</b>	20
<b>Ámbito de aplicación:</b>	En el lugar (centro de Piura)
<b>Significación:</b>	La presente guía de entrevista presenta dos categorías: la primera es la importancia del inglés, puede subdividirse a su vez en las siguientes subcategorías: la primera es la comunicación, abarca dos indicadores como Interacción social y habilidad del habla; segundo son las oportunidades de empleo consta de dos indicadores como mejoras salariales y ascenso laboral; y ultima subcategoría las oportunidades personales consta de los indicadores como actualización profesional y ventaja competitiva. La producción oral pertenece a la segunda categoría. Esta consta de tres subcategorías, la primera es la riqueza gramatical y léxica, abarca dos



	<p>indicadores como estructuras gramaticales y vocabulario, la segunda es la destreza fonológica, consta de dos indicadores como la fluidez y pronunciación y por última subcategoría es la habilidad de interacción que abraza los indicadores de la negociación del significado y habilidades perceptivas.</p> <p>El propósito de la entrevista es para conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo, por consiguiente conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo, también, conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo y por último conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</p>
--	--

#### 4. Soporte teórico

Importancia del inglés, Según Griffiths (2007) El inglés es considerado como lengua franca, orientado a la interculturalidad, esta es importante, ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite oportunidades laborales, así como oportunidades personales.

Según Bygate (2010), Define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción.



Escala/ÁREA	Subescala (Subcategoría)	Definición
Importancia del inglés	Comunicación	Según la UNESCO (2014) la comunicación permite el capital social y da paso a la interacción social, en la que suministra la comprensión entre individuos dentro de cualquier entorno social, dando paso al diálogo intercultural. Es por ello que según Padilla et al. (2008), la comunicación está en un 80% en la vida de las personas, cuyo mayor porcentaje se divide en habilidades orales (escuchar y hablar) y de menor porcentaje las habilidades escritas (leer y escribir).
	Oportunidades laborales	Según Cisneros Delgado (2021) son las diferentes disposiciones que obtiene un postulante para alcanzar una plaza laboral en consecuencia a las habilidades y destrezas competitivas. Y Kapur (2019) manifiesta que los factores que influyen en la adquisición de oportunidades de empleo son, salario, ubicación del lugar de trabajo desde el hogar, medios de transporte, condiciones ambientales de trabajo, naturaleza de los deberes laborales, términos y relaciones con otras personas dentro del lugar de trabajo, programas de capacitación, horarios laborales, beneficios, incentivos y provisión de infraestructura, maquinaria y herramientas.
	Oportunidades personales	Refiere según Euroinnova (2004) es una situación personal e individual que tiende a mejorarse si se pone empeño con la intencionalidad de optimizar ciertos resultados. Y secuencialmente para Jobatus (2023) define como sucesión de escenarios personales que facilitan el aprovechamiento del momento para el alcance de las metas.
Producción oral	Riqueza gramatical y léxica	Según Solís Alva (2022), "Incluye tanto el conocimiento lingüístico de un idioma (estructuras gramaticales y sintácticas) como el bagaje léxico (diversidad en vocabulario)" (p.33). Así también Reyes Carrasco (2019) manifiesta que es la complejidad de estructuras gramaticales, discursivas, vocabulario, entre otros.
	Destreza fonológica	Según Solís Alva (2022) "Incluye la articulación correcta de los sonidos a través de la fluidez (se valora la velocidad y la ubicación de las pausas en el desarrollo del discurso) y pronunciación (abarcando la entonación, pausas y nitidez)" (p.33). Por lo tanto, según Reyes (como se citó en Mendieta, 2022) se conoce como habilidad fonética dando paso a la claridad de la interacción oral a través de la articulación correcta y sin pausas.
	Habilidad de interacción	Según Solís Alva (2022) es la toma de decisiones de cómo y de qué manera comunicarse en la expresión oral con el receptor. Por ello según Bygate (como se citó en Delgado Veiga, 2016), define como "la habilidad de emplear conocimiento y habilidades básicas "motoras perceptivas" con el objeto de conseguir la comunicación" (p.642). y Masuram y Sripada (2020) definen como ser un buen comunicador, es decir, ser capaz de decir lo que pretende decir de una manera que el oyente pueda entender fácilmente.

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento la entrevista "Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo", elaborado por Rosa Amelia Sánchez Bravo en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente



1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Subcategorías del instrumento: .....

- Primera subcategoría: Comunicación
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interacción social	¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo comunicativo en el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
Habilidad del habla	¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés?	4	4	4	
	¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?	4	4	4	

- Segunda subcategoría: Oportunidades laborales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mejoras salariales	¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
Ascenso laboral	¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?	4	4	4	

- Tercera subcategoría: Oportunidades personales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actualización profesional	¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?	4	4	4	
Ventaja competitiva	¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?	4	4	4	



- Objetivo Principal: Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura gramatical	Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?	4	4	4	
	¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?	4	4	4	
Vocabulario	¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?	4	4	4	
Fluidez	¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?	4	4	4	
	¿Tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?	4	4	4	
Pronunciación	¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	
Negociación del significado	Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642). ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?	4	4	4	
Habilidades perceptivas	Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	



MBA.  
DNI 45419450



## Validador N° 2: Juez Alabel Lavalle Terry



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista -Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez



Nombre del juez:	Alabel Lavalle Terry	
Grado profesional:	Maestría ( X )	Doctor ( )
Área de formación académica:	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( X )	Organizacional ( )
Áreas de experiencia profesional:	EDUCACION SUPERIOR	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	
	Más de 5 años ( x )	
Experiencia en Investigación Psicométrica:	Trabajo(s) psicométricos realizados Título del estudio realizado.	

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la entrevista



Nombre de la Prueba:	Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo
Autora:	Rosa Amelia Sánchez Bravo
Procedencia:	Piura
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20
Ámbito de aplicación:	En el lugar (centro de Piura)
Significación:	La presente guía de entrevista presenta dos categorías: la primera es la importancia del inglés, puede subdividirse a su vez en las siguientes subcategorías: la primera es la comunicación, abarca dos indicadores como Interacción social y habilidad del habla; segundo son las oportunidades de empleo consta de dos indicadores como mejoras salariales y ascenso laboral; y ultima subcategoría las oportunidades personales consta de los indicadores como actualización profesional y ventaja competitiva. La producción oral pertenece a la segunda categoría. Esta consta de tres subcategorías, la primera es la riqueza gramatical y léxica, abarca dos



	<p>indicadores como estructuras gramaticales y vocabulario, la segunda es la destreza fonológica, consta de dos indicadores como la fluidez y pronunciación y por ultima subcategoría es la habilidad de interacción que abraza los indicadores de la negociación del significado y habilidades perceptivas.</p> <p>El propósito de la entrevista es para conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo, por consiguiente conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo, también, conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo y por ultimo conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</p>
--	--

#### 4. Soporte teórico

Importancia del inglés, Según Griffiths (2007) El inglés es considerado como lengua franca, orientado a la interculturalidad, esta es importante, ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite oportunidades laborales, así como oportunidades personales.

Según Bygate (2010), Define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción.



Escala/ÁREA	Subescala (Subcategoría)	Definición
Importancia del inglés	Comunicación	Según la UNESCO (2014) la comunicación permite el capital social y da paso a la interacción social, en la que suministra la comprensión entre individuos dentro de cualquier entorno social, dando paso al diálogo intercultural. Es por ello que según Padilla et al. (2008), la comunicación está en un 80% en la vida de las personas, cuyo mayor porcentaje se divide en habilidades orales (escuchar y hablar) y de menor porcentaje las habilidades escritas (leer y escribir).
	Oportunidades laborales	Según Cisneros Delgado (2021) son las diferentes disposiciones que obtiene un postulante para alcanzar una plaza laboral en consecuencia a las habilidades y destrezas competitivas. Y Kapur (2019) manifiesta que los factores que influyen en la adquisición de oportunidades de empleo son, salario, ubicación del lugar de trabajo desde el hogar, medios de transporte, condiciones ambientales de trabajo, naturaleza de los deberes laborales, términos y relaciones con otras personas dentro del lugar de trabajo, programas de capacitación, horarios laborales, beneficios, incentivos y provisión de infraestructura, maquinaria y herramientas.
	Oportunidades personales	Refiere según Euroinnova (2004) es una situación personal e individual que tiende a mejorarse si se pone empeño con la intencionalidad de optimizar ciertos resultados. Y secuientemente para Jobatus (2023) define como sucesión de escenarios personales que facilitan el aprovechamiento del momento para el alcance de las metas.
Producción oral	Riqueza gramatical y léxica	Según Solís Alva (2022), "Incluye tanto el conocimiento lingüístico de un idioma (estructuras gramaticales y sintácticas) como el bagaje léxico (diversidad en vocabulario)" (p.33). Así también Reyes Carrasco (2019) manifiesta que es la complejidad de estructuras gramaticales, discursivas, vocabulario, entre otros.
	Destreza fonológica	Según Solís Alva (2022) "Incluye la articulación correcta de los sonidos a través de la fluidez (se valora la velocidad y la ubicación de las pausas en el desarrollo del discurso) y pronunciación (abarcando la entonación, pausas y nitidez)" (p.33). Por lo tanto, según Reyes (como se citó en Mendieta, 2022) se conoce como habilidad fonética dando paso a la claridad de la interacción oral a través la articulación correcta y sin pausas.
	Habilidad de interacción	Según Solís Alva (2022) es la toma de decisiones de cómo y de qué manera comunicarse en la expresión oral con el receptor. Por ello según Bygate (como se citó en Delgado Veiga, 2016), define como "la habilidad de emplear conocimiento y habilidades básicas "motoras perceptivas" con el objeto de conseguir la comunicación" (p.642). y Masuram y Sripada (2020) definen como ser un buen comunicador, es decir, ser capaz de decir lo que pretende decir de una manera que el oyente pueda entender fácilmente.

### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento la entrevista "Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo", elaborado por Rosa Amelia Sánchez Bravo en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*



1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



**Subcategorías del instrumento:** .....

- Primera subcategoría: Comunicación
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interacción social	¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	-
	¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo comunicativo en el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	-
Habilidad del habla	¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés?	4	4	4	-
	¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?	4	4	4	-

- Segunda subcategoría: Oportunidades laborales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mejoras salariales	¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	-
	¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	-
Ascenso laboral	¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	-
	¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?	4	4	4	-

- Tercera subcategoría: Oportunidades personales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actualización profesional	¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?	4	4	4	-
	¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?	4	4	4	-
Ventaja competitiva	¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?	4	4	4	-
	¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?	4	4	4	-



- Objetivo Principal: Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura gramatical	Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?	4	4	4	-
	¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?	4	4	4	-
Vocabulario	¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?	4	4	4	-
Fluidez	¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?	4	4	4	-
	¿Tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?	4	4	4	-
Pronunciación	¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	-
Negociación del significado	Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642). ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?	4	4	4	-
Habilidades perceptivas	Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	-



MBA. Alabel Lavalley Terry  
DNI 41253973

## Validador N° 3: Juez Lisbeth Rosario Krystel Gutiérrez Rios



### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Guía de entrevista -Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez



Nombre del juez:	Lisbeth Rosario Krystel Gutiérrez Rios
Grado profesional:	Maestría ( x ) Doctor ( )
Área de formación académica:	Clinica ( ) Social ( ) Educativa ( x ) Organizacional ( )
Áreas de experiencia profesional:	Educación Superior
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( ) Más de 5 años ( x )
Experiencia en Investigación Psicométrica:	—

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la entrevista



Nombre de la Prueba:	Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo
Autora:	Rosa Amelia Sánchez Bravo
Procedencia:	Piura
Administración:	
Tiempo de aplicación:	20
Ámbito de aplicación:	En el lugar (centro de Piura)
Significación:	La presente guía de entrevista presenta dos categorías: la primera es la importancia del inglés, puede subdividirse a su vez en las siguientes subcategorías: la primera es la comunicación, abarca dos indicadores como Interacción social y habilidad del habla; segundo son las oportunidades de empleo consta de dos indicadores como mejoras salariales y ascenso laboral; y ultima subcategoría las oportunidades personales consta de los indicadores como actualización profesional y ventaja competitiva. La producción oral pertenece a la segunda categoría. Esta consta de tres subcategorías, la primera es la riqueza gramatical y léxica, abarca dos



	<p>indicadores como estructuras gramaticales y vocabulario, la segunda es la destreza fonológica, consta de dos indicadores como la fluidez y pronunciación y por ultima subcategoría es la habilidad de interacción que abraza los indicadores de la negociación del significado y habilidades perceptivas.</p> <p>El propósito de la entrevista es para conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo, por consiguiente conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo, también, conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo y por ultimo conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</p>
--	--

#### 4. Soporte teórico

Importancia del inglés, Según Griffiths (2007) El inglés es considerado como lengua franca, orientado a la interculturalidad, esta es importante, ya que facilita la comunicación entre diferentes nacionalidades en la que permite oportunidades laborales, así como oportunidades personales.

Según Bygate (2010), Define la producción oral como la habilidad y capacidad de hablar un idioma extranjero, poniendo en práctica los conocimientos a través de los tres criterios fundamentales como la riqueza gramatical y léxica, la articulación apropiada de los sonidos (Destreza fonológica) y habilidades de interacción.



Escala/ÁREA	Subescala (Subcategoría)	Definición
Importancia del inglés	Comunicación	Según la UNESCO (2014) la comunicación permite el capital social y da paso a la interacción social, en la que suministra la comprensión entre individuos dentro de cualquier entorno social, dando paso al diálogo intercultural. Es por ello que según Padilla et al. (2008), la comunicación está en un 80% en la vida de las personas, cuyo mayor porcentaje se divide en habilidades orales (escuchar y hablar) y de menor porcentaje las habilidades escritas (leer y escribir).
	Oportunidades laborales	Según Cisneros Delgado (2021) son las diferentes disposiciones que obtiene un postulante para alcanzar una plaza laboral en consecuencia a las habilidades y destrezas competitivas. Y Kapur (2019) manifiesta que los factores que influyen en la adquisición de oportunidades de empleo son, salario, ubicación del lugar de trabajo desde el hogar, medios de transporte, condiciones ambientales de trabajo, naturaleza de los deberes laborales, términos y relaciones con otras personas dentro del lugar de trabajo, programas de capacitación, horarios laborales, beneficios, incentivos y provisión de infraestructura, maquinaria y herramientas.
	Oportunidades personales	Refiere según Euroinnova (2004) es una situación personal e individual que tiende a mejorarse si se pone empeño con la intencionalidad de optimizar ciertos resultados. Y secuentemente para Jobatus (2023) define como sucesión de escenarios personales que facilitan el aprovechamiento del momento para el alcance de las metas.
Producción oral	Riqueza gramatical y léxica	Según Solís Alva (2022), "Incluye tanto el conocimiento lingüístico de un idioma (estructuras gramaticales y sintácticas) como el bagaje léxico (diversidad en vocabulario)" (p33). Así también Reyes Carrasco (2019) manifiesta que es la complejidad de estructuras gramaticales, discursivas, vocabulario, entre otros.
	Destreza fonológica	Según Solís Alva (2022) "Incluye la articulación correcta de los sonidos a través de la fluidez (se valora la velocidad y la ubicación de las pausas en el desarrollo del discurso) y pronunciación (abarcando la entonación, pausas y nitidez)" (p.33). Por lo tanto, según Reyes (como se citó en Mendieta, 2022) se conoce como habilidad fonética dando paso a la claridad de la interacción oral a través la articulación correcta y sin pausas.
	Habilidad de interacción	Según Solís Alva (2022) es la toma de decisiones de cómo y de qué manera comunicarse en la expresión oral con el receptor. Por ello según Bygate (como se citó en Delgado Veiga, 2016), define como "la habilidad de emplear conocimiento y habilidades básicas "motoras perceptivas" con el objeto de conseguir la comunicación" (p.642). y Masuram y Sripada (2020) definen como ser un buen comunicador, es decir, ser capaz de decir lo que pretende decir de una manera que el oyente pueda entender fácilmente.



**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento la entrevista "Importancia del inglés y la producción oral en los guías de turismo", elaborado por Rosa Amelia Sánchez Bravo en el año 2024. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Subcategorías del instrumento:** .....

- Primera subcategoría: Comunicación
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Interacción social	¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo comunicativo en el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
Habilidad del habla	¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés?	4	4	4	
	¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?	4	4	4	

- Segunda subcategoría: Oportunidades laborales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Mejoras salariales	¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
Ascenso laboral	¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?	4	4	4	
	¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?	4	4	4	

- Tercera subcategoría: Oportunidades personales
- Objetivo de la subcategoría: Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actualización profesional	¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?	4	4	4	
Ventaja competitiva	¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?	4	4	4	
	¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?	4	4	4	

- Objetivo Principal: Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura gramatical	Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?	4	4	4	
	¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?	4	4	4	
Vocabulario	¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?	4	4	4	
Fluidez	¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?	4	4	4	
	¿Tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?	4	4	4	
Pronunciación	¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	
Negociación del significado	Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642). ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?	4	4	4	
Habilidades perceptivas	Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?	4	4	4	

Mgtr. Lisbeth Rosario Krystel Gutiérrez Ríos  
DNI: 45881406

## Anexo 06: Entrevistas

<b>GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO</b>	
<b>Propósito.</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> </ol>	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	Miguel Bracho Roltan
<b>Profesión:</b>	Tour Operador – Guía de turismo empírico
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Agencia Turismo Perú Norte
<b>Cargo:</b>	Gerente
<b>Fecha de entrevista:</b>	12/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	11:10 am
<p>La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada <i>“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”</i></p> <p>Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.</p>	
<b>Ítems</b>	
<b>Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	
Bueno, en este mundo globalizado sí se necesita el hablar el inglés fluidamente, respecto a la importancia.	
2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?	
Bueno, en facilitar los trabajos de comunicación, las aplicaciones, los lugares y recursos turísticos y darle una confiabilidad al cliente al hablar en su propia lengua.	
3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	
Claro, la manera fluida, inclusive los acentos y la manera correcta de pronunciar hacen que el cliente se sienta más confiado en un buen servicio.	

4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
Bueno, habría que ver los factores, de acuerdo a las circunstancias. En este aspecto de turismo hay que ser puntuales y sencillos en la información que tenemos nosotros que hacerla llegar al cliente.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Las mejoras salariales, claro, cuando nos piden que recibamos extranjeros en el idioma inglés, esto incrementa un costo porque los guías que hablan el idioma han tenido que invertir en su capacitación y esa inversión lógicamente uno lo recupera y cobrando un poco más.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
Bueno, claro, en el sentido no tanto de ganar mucho dinero, en la diferencia, sino que en comparación con otros colegas que no saben el idioma, bueno, a mí me eligen y tengo la ventaja de tener más clientes.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Por supuesto, indudablemente. Porque en tres trabajadores que tuviera en mi agencia y tengo que ascender a alguien, lógicamente tengo que ascender a que está mejor preparado, el que está mejor preparado es el que tiene un idioma adicional.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Al enviar a mi personal o uno mismo cuando está en un evento y estamos en competencia con otras con otros colegas y si uno sabe idiomas se pone en ventaja.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Sí, es lógico, yo me acuerdo cuando salí del ejército hablaba inglés, me fui al sur, en el sur practicaba, vine al norte, dejé de hablar inglés y se me hace muy difícil volver a hacerlo más fluido.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?
Bueno lo mismo que anteriormente. Marco la diferencia con otras personas que no saben el idioma y se me pone en ventaja.
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?
Por supuesto. Como te dije anteriormente, si yo domino el inglés, lo hablo en el inglés y compito con mis colegas que no tiene ese idioma, lógicamente, capto los clientes que van a pedir justamente ese servicio.
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?
Captar más clientes y ganar más plata. Más dinero

<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?	
No, me falta todavía. ¿A qué se debe? Falta de práctica.	
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?	
Bueno, si uno tiene que aprender bien con instructores nativos para poder vocalizar y nos entiendan nuestros propios clientes.	
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?	
Bueno, nosotros nos enfocamos en describir los recursos turísticos y eso ya están plasmados en un formato. No tenemos por qué a florar bastantes palabras que no incurren pues en el objetivo, es que se explique lo que es un atractivo recurso turístico.	
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?	
Sí, sí, por supuesto. Mientras más fluido sea su vocabulario, más entendible es con los clientes.	
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?	
No, no, no, como dije anteriormente y daré un 50%, me falta todavía.	
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?	
Claro, porque si no pronuncia bien puedes decirle una palabra que es que tú piensas que estás en lo correcto y en realidad estás diciendo otra cosa, otro significado.	
Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642).	
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?	
Sí. Porque tú estás interactuando objetivos y datos, tú estás viendo los objetivos fundamentales que vas a explicar.	
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.	
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?	
Sí. tú tienes que estar atento a lo que el cliente te está solicitando y tienes que percibir lo que te están indicando para poder absorberles las preguntas y tiene que ser claro y preciso en su idioma.	

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	José Luis Barranzuela Codarlupo
<b>Profesión:</b>	Operador Turístico
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Agencia de Viajes Canechi
<b>Cargo:</b>	Jefe de Oficina
<b>Fecha de entrevista:</b>	12/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	15:57 pm.

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*

Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Es muy importante, es muy importante básicamente porque el trato directo con los turistas de habla inglesa, en su idioma natal, les asegura un buen y correcto uso de los servicios turísticos que se brindan en las agencias de viajes.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?

Bueno, la ayuda es, yo creo que es muy importante, básicamente como te dije es por la interacción, la interacción que tenemos con los turistas que hablan inglés. Básicamente en los diferentes lugares, te pongo ejemplo, si vas por la plaza de armas y hay un turista que está desorientado, si tú sabes el inglés te puedes acercar sin ningún temor de preguntarle qué es lo que está buscando, entonces ayuda en la forma de poder brindar una ayuda a un turista que esté desorientado.

3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Sí, es muy importante, como te digo te resuelve muchos problemas, te hace más práctico el poder atender a esos turistas.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
Sí, la constante práctica con personas que hablen este idioma.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Sí. Bueno, te pongo como ejemplo Piura, Piura no cuenta con guías que hablen inglés fluidamente, entonces digamos que los guías de Piura pierden una oportunidad laboral con algunas agencias de viaje, cuando tenemos grupos de habla inglesa que vienen a Piura tenemos que traer guías de otras ciudades. Así es, entonces como que pierde una oferta laboral.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, yo dominio el inglés de forma básica pero sí, si hay diferencia. Si hay una mejora salarial. Sí, si hay una mejora salarial.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
También, porque hay cargos en una agencia de viajes que necesitas realmente que la persona domine el idioma inglés, que lo habla, que lo escriba, entonces eso también implica que pueda ascender rápidamente en una empresa.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Beneficia uno en temas salarial, dos en el rango o en la posición dentro de la empresa.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Bueno, si es necesario actualizarse es muy importante siempre llevar cursos que te capaciten básicamente en términos de turismo de habla inglesa, necesitamos la capacitación constante en ese idioma.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?
Bueno, los beneficios como te comenté antes, uno es salarial, escalas en la empresa de trabajo y una mayor fluidez de comunicación con los visitantes.
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?
Frente a otros agentes de viaje que no hablan inglés, sí.
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?
La ventaja competitiva es que puedes dominar, bueno, las agencias de viaje dominan muchos programas que necesitas tener un buen dominio del inglés, entonces te va permitiendo que lo anterior, que escale muy rápido en una agencia, escale de puestos.

<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?
Actualmente no. Dejé el curso a medias de inglés.
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?
La mayor fluidez de conversación de que el turista reciba el mensaje correcto de lo que uno le está mostrando en el momento.
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?
Muy importante. Hay muchos términos del guiado que son técnicas palabras que se deben usar con mucho cuidado al momento de guiar, como te digo, para que la persona, el turista, entienda o capte muy bien el mensaje o la historia del pueblo o la historia del museo o del personaje histórico del que tú lo estás hablando.
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
Muy necesario y muy importante. Te permite uno tener mucho control sobre la actividad que estás desarrollando. El guía de turismo es, digamos, la puerta. Es como la puerta de la ciudad. Si tú tienes una muy buena fluidez, una muy buena gramática, tienes un muy buen vocabulario, el turista te va a entender y va a comprender todo lo que tú le estás comentando. No va a haber pausas, a veces, de silencios donde tú no sepas expresar lo que tu ciudad tiene o la riqueza cultural del pueblo.
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
Al momento, no. Como te digo, estuve haciendo el curso de inglés hasta básico y ya no lo he continuado, pero ahora justo estoy reintentando tomarlo nuevamente.
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?
Sí, como te digo, es muy importante para todo lo que tú transmites. Que el mensaje que transmite no se pierda, que el mensaje que tú le estás transmitiendo de tu pueblo, de tu ciudad, del museo o de la historia, llegue a 100% a tu interlocutor.
Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?
Sí, es básicamente lo mismo lo que venimos conversando. O sea, es muy importante tu fluidez, es muy importante que manejes un buen vocabulario, es muy importante que manejes términos que solamente se usan en el guiado o términos turísticos.
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?
Sí, es muy importante. bueno, las preguntas concuerdan entre sí, o sea, el guía de habla inglesa debe tener la fluidez, tiene que tener buena gramática, igual tiene que tener muy buena habilidad para saber escuchar, porque a veces también es bueno dar el mensaje del pueblo, la ciudad que estás visitando, pero también saber escuchar qué es lo que opina el turista de tu trabajo de tu ciudad, para poder abordar

ciertos temas ya que no solamente se aborda el tema de turismo, sino algunos abordan temas políticos o culturales de la ciudad que están visitando.

<b>GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO</b>	
<b>Propósito.</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> <li>4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</li> </ol>	
<b>Nombre del entrevistado:</b>	Guisel Alexandra Macalupu Morales
<b>Profesión:</b>	Guía oficial de turismo
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Independiente
<b>Cargo:</b>	-
<b>Fecha de entrevista:</b>	12/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	19:36 pm.
<p>La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada <i>“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”</i></p> <p>Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.</p>	
<b>Ítems</b>	
<b>Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?	
Sí, porque es la lengua más comercial o la mayoría a nivel mundial lo maneja, es una de las lenguas que más se utiliza para la comunicación, ya sea para el turismo, negocios y te sirve mucho para todas las carreras.	
2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?	
Bueno, ayuda a relacionarnos, a través del intercambio de conocimientos con respecto a cada costumbre, tradición, historia, hacia los visitantes, también cuando	

se interactúa con los visitantes, ellos comentan sobre sus costumbres. De esa manera se realiza un intercambio intercultural.
3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, es muy necesaria porque, cuando estás recién aprendiendo, entonces palabras claves y, como se puede decir, el lenguaje verbal también te ayuda bastante.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
En el aspecto del guiado, para señalar, para señalar determinado lugar o ubicación, no sé, de repente, no sé, por ejemplo, en Cajamarca no están las ventanillas de Otuzco, entonces, para poder indicar. Entonces, es una manera en la cual vamos a utilizar el lenguaje verbal en inglés.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Yo creo que sí, pero será en otras regiones. Acá en Piura no, no sé, son muy pocos los casos en que tengamos turistas del extranjero. Ya, entonces, acá en Piura, este, por sí son microempresas, así que solamente te cancelan el sueldo mínimo. Así tengas este conocimiento de otro idioma, o te certificada, titulada, de todo lo demás. Siempre el sueldo mínimo.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
No. Por lo mismo que, por lo mismo que le he comentado, el rubro turístico acá en Piura es una zona muy golpeada. Entonces, el menos las agencias de viajes que son en sí, las que necesitan tener en su planta, se puede decir a un guía de turismo, no tiene la sostenibilidad económica para tener un guía en planta. Entonces, mucho menos va a tener para pagar un adicional por tener el conocimiento de otro idioma. Entonces, solamente son una persona que tiene en planta y esto es...
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Claro, desde luego. El tener conocimiento de otro idioma te abre muchas puertas. Muchos tienen aspiraciones de repente ir a trabajar a otro país o poder participar en cruceros o que cuando tú recién empiezas en este rubro turístico ves todo un mundo de facilidad. Es decir, claro que te ayuda, te ayuda bastante.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Bueno, imagino que uno sería los ingresos, que sería un poco más de lo que va a ganar, que lo puede invertir para seguir capacitándose o quizás algo que no tenía previsto o tener una mejor flexibilidad en los horarios de trabajo.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Sí, me capacito, pero específicamente en inglés no. Sí, llevo algunos cursos de atención al cliente. O sea, temas lo he entrado con la carrera, pero en inglés la verdad que lo he dejado.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?

<p>Dependiendo, no, dependiendo de los cursos que vas a llevar, porque hay algunos cursos que te dan la facilidad o te envían, no sé, el documento. Si tú ya lo puedes ir revisando, como que más o menos vas entendiendo. Pero si vas a llevar un curso de netamente inglés, claro que es necesario. Es necesario.</p> <p>Te permite llevar cursos un poco más especializados, tener una mayor fluidez con el docente y con otros compañeros que ya son todos como se dice todos los capos en este idioma y poder familiarizarte o interactuar más directamente con ellos. Porque cuando no estás así un poco temerosa, no participan mucho.</p>
<p>11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?</p>
<p>Claro, desde luego que sí. Así en Piura, a pesar de que no haya muchos guiados en inglés, pero si ven tu currículo, van a optar por la persona que sabe inglés y que tiene otras capacidades.</p>
<p>12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?</p>
<p>Por hablar o tener amplio conocimiento en este idioma. Oportunidades laborales, buscar un trabajo donde se adecúe más a tus horarios, también tener acceso a más capacitaciones porque también dentro de la empresa también te dan algunas facilidades para que puedas llevar algunos cursos, que en este caso pues en vez de los dicta PromPerú.</p>
<p><b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b></p>
<p>13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?</p>
<p>No. Lo he dejado de practicar. Estoy ahorita enfocada en otros proyectos y como en sí, la necesidad no se da mucho en Piura y solamente es guiados en inglés y eso que es esporádicamente.</p>
<p>14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?</p>
<p>Las estructuras gramaticales. Dependiendo en la situación en la que tú quieras contar, si ya sea del presente, del pasado. Es necesaria las estructuras gramaticales para poder comunicar, conjugar, el primer tiempo de la frase que quieres decir.</p>
<p>15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, es muy importante porque cuando ya manejas palabras claves, puedes, no sé, de repente me olvide, pero el turista le hace una palabra clave como que ya lo relaciona y con el mismo, la comunicación verbal te ayuda también a darle a entender lo que tú quieres decir.</p>
<p>16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, muy importante, sobre todo cuando son turistas, por ejemplo, de Estados Unidos o de China, que solamente te hablan, o sea, su lengua materna, este, es el inglés y para ahí el inglés fluido, entonces cuando tú no lo, no lo dominas bien, como si es solamente masticado, a ellos sí se les hace un poco complicado poder entenderte.</p>
<p>17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?</p>
<p>No, de por si me parece un poco complicado el inglés y como le vuelvo a repetir, ya no le estoy practicando, es que el inglés es como la matemática, si lo dejas de practicar te vas olvidando tienes que volver nuevamente a repasar para que puedas</p>

<p>este, tener más fluidez al momento de hablar. Claro, es necesaria la práctica para tener la fluidez.</p>
<p>18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, es muy importante porque en la pronunciación del inglés hay algunas palabras que al momento de pronunciar tienen alguna similitud, entonces puede ser que tú le puedas indicar, no sé, este, la casa grabo es una casa zona muy hermosa, pero algo tú pronuncias mal y lo puedes confundir o lo relaciona con otra cosa, ósea, sí que vamos a dar un buen guiado este o dar a conocer datos específicos sí tiene que ser muy importante la buena pronunciación de las palabras.</p>
<p>Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).</p> <p>19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, sí es necesaria porque cuando tú interactúas con el turista no solamente haces una exposición de nuestra historia o la descripción del lugar que estás visitando, sino que también intercambias pensamientos e ideas, parece que es necesario la comunicación durante el guiado.</p>
<p>Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.</p> <p>20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, sí es necesario. Cuando tú ya sabes que tu visitante o turista es de tal lugar y sería adecuado investigar cuáles son sus costumbres, qué es lo que más les gusta para que tú puedas tener una mejor comunicación o interactuar fácilmente con el visitante.</p>

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Jeyni Carolina Palacios Bereche
<b>Profesión:</b>	Guía oficial de turismo
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Municipalidad de Morropón
<b>Cargo:</b>	Oficina de Turismo
<b>Fecha de entrevista:</b>	12/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	19:59 pm

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*

Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Sí, es importante. Porque el idioma del inglés es básico para poder comunicarse con extranjeros y compartir experiencias, historias a través del lenguaje.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?

La comunicación social es importante en sí. Y si añadimos un idioma extranjero en este caso el inglés, aporta muchísimo, Porque va a aportar en el tema de desenvolvimiento, de cómo te comunicas con esa persona a través del lenguaje, habla, los gestos, también que influyen mucho.

3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Sí, claro. A través de la comunicación verbal y no verbal. La gramática, la fluidez de cómo uno lo maneja, expresa, señalización, ayuda mucho para poder comunicarte con los extranjeros.

4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
Sí, se desarrolla esta habilidad en el idioma inglés. las habilidades creo fundamentales es primero escuchar, hablar, leer y escribir, y la única manera de poder relacionarte con un extranjero es a través de la comunicación. Y primero para poder comunicarte debes tener la capacidad de poder responder ante cualquier pregunta o comentarles a ellos.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Creo que no. Sí, como guías de turismo no tenemos la remuneración adecuada. Ahora, si contamos con un idioma, mucho menos. Las remuneraciones en los guías de turismo son bastante bajas. Sobre todo, en Piura, que tampoco hay mucho flujo turístico Internacional.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
En las oportunidades que he tenido de trabajar, no.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Claro, por supuesto es fundamental. Es una ventaja competitiva ante otro posible candidato a un puesto laboral.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Bueno, si tú tienes el anhelo o el deseo de seguir creciendo en una empresa, tus empleadores van a ver en ti la capacidad que tienes de desenvolvimiento y si tienes la oportunidad de apoyar o aportar algo a través del idioma inglés. Y de ahí se van a hacer las oportunidades para que te den algún ascenso laboral.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Sí lo hago. Las oportunidades que tengo, he tenido la oportunidad en donde laboro. Te brindan capacitaciones y también a través de las páginas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo que siempre brindan cursos. Es necesario hablar el inglés ya que aquí va a depender de los cursos a los que vas a estar dirigido. Si vas a apoyarte quizás en algún curso relacionado a tu carrera y que aún más te permite conocer un poco el inglés, claro que sí. Ahí sí va a ser importante.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?
Beneficios, por ejemplo, de interactuar con otras personas de tu entorno o fuera de ello. Sobre todo, en los cursos cuando uno lleva online. A veces hay cursos donde ingresan personas a nivel del extranjero también, Entonces de esa manera pueden interactuar y conocer sus costumbres, culturas.
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?
Claro, como lo mencioné anteriormente, el tener un plus adicional en tu currículum, como un idioma, una capacitación, un curso, ante otro posible candidato va a sumar

puntos a tu favor para el puesto que quieres tener, es una muy buena oportunidad de tener un conocimiento adicional como es los idiomas.
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?
Si uno postula un puesto de trabajo, el beneficio de tener el inglés es ya un punto a tu favor que de repente están anexando. Por ejemplo, en nuestro caso, en el rubro de turismo, hay diferentes puestos laborales, no solamente como guía, de repente en administraciones turísticas en cruceros, y el saber inglés ya es una herramienta para poder llegar a ese puesto que tanto desea, y a través de la interacción, de la comunicación, aún más porque puedes desenvolverte.
<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?
En gramática sí soy buena. Bueno, se debe la práctica y a la lectura, a los vídeos. De una u otra forma busco la manera de estar aprendiendo, Gracias a Dios tengo material que me pueden ayudar, e incluso cuando estudiaba, por decirlo así, estaba más inmersa en el inglés a diario. Hasta mi celular lo tenía en inglés, (9:21) y eso me ayudaba mucho.
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?
Bueno, en el guiado creo yo que no es tan necesario la estructura gramatical, porque cuando tú tienes a un extranjero, solo tratas de escuchar y tú tratas de tener la capacidad de darle una respuesta afirmativa dependiendo la información que se le está dando. hay que tener en cuenta que en el inglés hay un tipo de escritura, se escribe de una manera, se pronuncia de otra manera, y hay diferentes conjugaciones, hay que saber este, el estado en el que te encuentras, la posición, y la información que vas a brindar para que puedas entender también la estructura gramatical en ese momento.
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?
Es excelente tener riqueza de vocabulario. Creo que es una buena oportunidad y única. Tener la fluidez. Como experiencia, pues, en su momento de aprendiz he tenido fallas, Porque uno cuando está aprendiendo, los extranjeros hablan muy fluido, y tú tratas de responder palabra por palabra cuando estás empezando. En cambio, cuando lo practicas, interactúas, sobre todo cuando tienes la práctica diaria, creo yo, y te comunicas con otras personas que hablan el idioma, es excelente para que tú puedas manejarlo a futuro.
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
Sí, es una manera de dar una respuesta inmediata, porque cuando un extranjero, te habla en inglés, ellos no te vienen frase por frase, ellos te hablan y tú tienes que captar las palabras claves para poder dar una respuesta, y si te quedas callado, pues, ya estás en puntos en contra, pero hay guías de turismo, por ejemplo, en sitios turísticos ya reconocidos donde hay mucha demanda de extranjeros, que tienen muy buena fluidez por la misma comunicación que tienen a diario, De guiar extranjeros y la gramática es muy buena.
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
No, por ahora puedo decir que no. Tengo varios años que he dejado de practicarlo, por decir, pero, y no tengo ahorita. Tenía una amiga que es muy buena en inglés y nos comunicábamos antes y ella siempre me hablaba en inglés y por ahí, pero ya

tengo bastante tiempo sin comunicarme con ella, y he dejado de eso, por ahora no, pero con la práctica todo se puede. Así es, la práctica es necesaria.
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?
Sí, es importante, Aunque muchas veces uno tiene fallas y quizás por no entender a la persona que te habla, porque ellos hablan muy fluido, tú tratas de dar, por ejemplo, de saber una información y ya te la sabes. Nosotros como guías en español lo sabemos muy bien. Ahora, ¿cómo lo digo en inglés? Entonces hay que saberlo manejar, hay que cambiar posiciones en las palabras, la gramática, sobre todo, tienes que saber aprenderla antes para poder pronunciarla, practicarla y poder dar la información adecuada.
Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?
Claro, es importante porque si nosotros como guías del turismo estamos ofreciendo un servicio de guía y además en inglés tenemos que estar preparados y tener la capacidad de respuesta para poder darle al turista de una información adecuada, las palabras correctas.
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?
Claro que es importante, Porque si somos guías de turismo y vamos a guiar a un determinado grupo que es extranjero y no manejamos el idioma, pues no vamos a poder dar una respuesta adecuada, entonces la capacidad que nosotros tenemos que manejar es enfocarnos en cómo brindar la información. Saber la información y poder brindarla de la mejor manera a través de la pronunciación, que las palabras sean adecuadas del lugar que estás enfocando.

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

**Nombre del entrevistado:**

Jesús Alfredo Córdova Chávez

**Profesión:**

Técnico guía oficial de turismo

**Centro de labores del entrevistado / ocupación:**

Freelance

**Cargo:**

-

**Fecha de entrevista:**

12/06/2024

**Hora de entrevista:**

21:15 pm.

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*

Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Bueno, en lo que es interacción social es muy importante manejar este idioma para poder desenvolvernos en los distintos escenarios que nos podemos encontrar ya que nos siempre nos vamos a encontrar en un escenario donde las personas estén hablando nuestro mismo idioma, nuestro idioma natal. Entonces hay la importancia de poder manejar en este caso este segundo idioma.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?

Bueno, la interacción ayuda bastante ya que, pues nosotros podemos tener o poner en práctica lo que es nuestro manejo de este idioma, ya que eso nos ayuda bastante a poder progresar en lo que es el aprendizaje de este idioma.

3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Claro, una buena fluidez en la palabra pues nos ayuda a que pueda ser entendido ya que, pues este a veces no poder hablar bien o no tener una buena fluidez al momento de comunicarnos puede tener algunas trabas, algo menos de expresar lo que lo que queremos expresar de alguna manera.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
Pues la habilidad del habla en el idioma inglés es muy importante debido a que las pronunciaciones y todo ese tipo de aspectos tienen que ser muy claros al momento de expresarnos en otro idioma y pues la habilidad en eso nos ayuda bastante pues tener alguna práctica a mejorar la fluidez al hablar y todo ese tipo de aspectos.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Claro, una mejora salarial, hay mejores oportunidades, hay mejores, pues en el caso de Piura, al momento de tener un guiado en el idioma español y al hacer un guiado en el idioma inglés hay una mejor paga, pues es una mejora salarial muy importante, se puede cobrar un poco más en ese aspecto, a comparación de hacer un guiado en el idioma natal que es el español, se puede cobrar un poco más al momento de hacer un guiado inglés.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
Claro, es una oportunidad, no todos tienen el idioma en este caso y entonces al momento de uno poder al haber tantas clases de las personas que puedan hablar inglés, si puede uno cobrar más y si se da el caso de que puedes cobrar un poco más.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Claro, te toman en cuenta, este forma, en este caso las empresas te ponen en una situación un poco más elevada al poder puedes no solo hacer guiado sino al momento de hacer la interacción con los clientes y al poder llevar bueno, puede llevar un trato con el cliente, muy aparte de adquirir un tour, este tú puedes interactuar con el cliente mucho antes de eso y ayudar a la empresa en por decir cerrar un una venta o algo así, entonces sí te da una oportunidad de ascender un poco más en la empresa a comparación de las personas que no tienen el otro idioma.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Pues este en este caso como lo repito, la mayoría bueno en algunos casos la competencia no tiene el idioma, entonces eso es beneficiario por lo que es el ascenso, te da una mejora salarial, puedes cobrar un poco más, este tienes un puesto un poco más seguro en la empresa, entonces eso beneficio bastante.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Sí, como profesional siempre tiene que estar a la vanguardia de lo que está saliendo a cada rato, somos constantemente actualizados en diferentes temas, entonces tanto en el idioma como en otros aspectos, este en lo que es información, en lo que es esta cultura de locura se van descubriendo más cosas, se van este agregando un

<p>poco de información, entonces uno siempre tiene que estar actualizado. Muy aparte de eso tomar cursos de trato con el cliente que es lo que más nosotros tenemos que tomar en cuenta al momento de ejercer nuestra labor, porque en sí nuestro trabajo es el tú a tú, el estar presente con la persona, entonces hay que siempre estar actualizada en este tipo de aspectos, de cómo hacer el trato con las personas. En algunos casos sí, porque hay algunos cursos, por decir alguna instrucción que te puedes, por ejemplo lo que es turismo de aventura, muchas veces que por ejemplo aquí en Piura está dando lo que es el sandboard, si uno se quiere capacitar en ese tipo de aspectos tiene que tomar lo que son capacitaciones de snowboard y esas por lo general están en inglés, entonces sí es muy necesario en ese aspecto tener un manejo, aunque sea básico del idioma para poder entender ese tipo de capacitación, lo que es turismo de aventura más que todo, porque en lo que es turismo nacional sí pues lo tenemos en nuestro idioma, pero en lo que es deporte de aventura que no siempre las capacitaciones están aquí, si no las tienes que buscar en otro lado y muchas veces están en otro idioma, si es necesario manejarlo.</p>
<p>10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?</p>
<p>El manejo del inglés que ayuda en lo que es buscar unas capacitaciones extranjeras, que están un poco más a la vanguardia de lo que es este el mundo, pues a veces nosotros en lo que es nuestro idioma, primero la capacitación sale en un idioma general, que por lo general es el inglés que es lo que más se habla, entonces posteriormente y tiempo después se da la actualización en nuestro idioma natal, pero mientras llega a nuestro idioma natal pues perdemos tiempo en aprender ese tipo de cosas, entonces ayuda bastante a tener el manejo del idioma inglés.</p>
<p>11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?</p>
<p>Claro, la ventaja competitiva siempre se presenta al tener un idioma extra, porque pues hay algunos colegas que no lo tienen, entonces hay muchos turistas que nosotros en Piura recibimos no solo turismo nacional sino turismo extranjero, que muchas veces vienen con hablando un idioma inglés que es por lo general que más se habla, entonces saber hablar ese idioma te da en consideración con las demás empresas, te toman en cuenta más, porque puedes manejar ese tipo de clientes, no solo los clientes nacionales o los clientes de países vecinos, que hablan español, sino países de otro lado que vienen hablando inglés, por ejemplo hay gente que viene de Francia pero no viene hablando de francés sino te viene hablando inglés porque es un idioma general, entonces eso también te ayuda pues, pues viene gente que habla ruso y pero también tiene otro idioma entonces para ellos no te va a hablar ruso sino por decir bueno hablemos algo que se habla en general y te hablan en inglés, entonces eso ayuda bastante.</p>
<p>12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?</p>
<p>los beneficios son esos que te toman más en cuenta, incluso puedes hacer un cobro un poco más extra de lo que es un cobro normal por un tour, en este caso los guías, nuestra principal labor son los tours, los tours guiados, entonces eso beneficia bastante porque incluso puedes poner tu tarifa, entonces eso beneficia en ciertos aspectos a lo que es nuestros ingresos económicos.</p>
<p><b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b></p>
<p>13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?</p>
<p>Como autoevaluación tengo unas cuantas carencias si es que es caso de autoevaluarme, lo que es este pues hay que tener mejoras, como le decía siempre</p>

<p>tenemos que estar actualizados, en este caso el inglés es algo de práctica En este caso la mayoría de veces que se puede practicar es cuando tienes un cliente extranjero porque estás hablando con una persona, entonces este sí tengo algunas carencias que se tienen que mejorar, en este caso como usted lo pregunto una autoevaluación pues hay que reconocer en ese aspecto que sí</p>
<p>14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?</p>
<p>Influye bastante porque pues si le vas a hablar a una persona por ejemplo este ordenas mal las palabras como algunos los hemos bueno algunos pueden cometer ese error, cuando es una pregunta va de una manera y cuando es una afirmación va de otra manera, pero ordenadas de otra manera entonces puedes estarle preguntando o haciéndolo una afirmación entonces la persona no te va a entender ¿Qué me está diciendo? ¿Me está preguntando o me está afirmando? Entonces sí es bastante importante saber ese tipo de estructuras gramaticales.</p>
<p>15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?</p>
<p>Claro, porque nosotros este en este caso nosotros tenemos que transmitir bastante información, fechas, datos importantes, nombres de cosas de objetos incluso de estructuras de los lugares que visitamos, el tipo de arte arquitectónico que tienen, entonces sí es muy importante tener una amplia base de palabras de conocer el significado de cómo transmitir ese palabra entonces es bastante importante tener ese tipo de una base de palabras de conocerlas muy bien y saber muy bien el significado de eso.</p>
<p>16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, es muy necesario ya que pues uno tiene que hablar este de lo más fluido posible para que nos puedan entender muy bien porque no solamente la mayoría de personas cómo le comentaba ahora, no sólo vienen personas que sólo hablan inglés hay personas que hablan otro idioma y el inglés es su segundo idioma entonces hay que tratar de hablar perfecto tratar de hablarlo muy bien para que ellos te puedan entender porque también es su segundo idioma tal vez para alguien que sí tiene el idioma nativo dice a ver creo que trató de decirme esto pero para la otra persona que también está traduciendo lo que tú le estás hablando entonces sí puede ser perjudicial entonces sí hay que tener una buena transmisión de lo que uno está hablando durante el guiado.</p>
<p>17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?</p>
<p>Un poco no tanta este es un poco pausado pues como le digo este es un inglés básico el que se maneja el que manejo yo para poder tener una fluidez que hay que tener un inglés bastante avanzado.</p>
<p>18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>Claro, la pronunciación es bastante importante porque hay palabras que la pronunciación es similar, pero es de una palabra diferente no tienen pronunciaciones bastante parecidas, pero si no las pronuncias muy bien vas a estar pronunciando otra palabra entonces sí es bastante importante eso es la pronunciación</p>
<p>Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).</p>
<p>19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?</p>
<p>Claro, el saber muy bien el significado de las palabras es bastante importante te estás transmitiendo algo y en caso no hagas muy bien la traducción por ti mismo no vas a llegar a transmitir lo que quieras transmitir a los turistas.</p>

Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.

20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa?  
¿Por qué?

Claro, el momento de poder transmitir toda la información que uno va adquiriendo es bastante importante saberla transmitir y saberla a nosotros mismos interpretar lo que estamos hablando y poderla transmitir de la manera más óptima a las personas que tenemos en este caso en el tour. Para una buena interacción y una información correcta de lo que nosotros los estamos otorgando en el momento de hacer el recorrido que estamos haciendo.

### GUÍA DE ENTREVISTA APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Diana Isabel Ojeda Silupu
<b>Profesión:</b>	Técnica Guía oficial de turismo
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Freelance
<b>Cargo:</b>	-
<b>Fecha de entrevista:</b>	13/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	16:05 pm.

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*  
Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, lo considero sumamente importante porque considerando que en la provincia de Piura no sólo tenemos turismo turista nacional, sino muchas veces también extranjero en la zona de playas. Entonces es muy importante tener el conocimiento para poder entendernos con ellos, explicarles y todo lo demás.
2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?
Bueno, nuestro trabajo es comunicar. Entonces, al ser un trabajo sumamente social en donde debemos interactuar constantemente, entonces la comunicación es sumamente importante para poder comunicarnos. Ahora, sería muy complicado que la otra persona o nuestros visitantes manejen otro idioma que nosotros desconocemos o en el caso propio pues que no lo manejamos muy bien, entonces se nos dificulta bastante la interacción.
3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, claro, porque considerando que el idioma inglés es más que todo la pronunciación, el saberlo hablar, porque una sola palabra que uno lo pronuncie mal puede tener otro significado. Entonces es importante la habilidad del habla y la pronunciación del idioma.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
Imagino que, con la práctica, porque, este idioma se requiere bastante de práctica lingüística para podernos comunicar correctamente.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, en varias ocasiones me ha tocado postular a diversos puestos en lo que es el rubro turístico y sí o sí te piden como requisito base el manejar un inglés, aunque sea intermedio. Entonces también en lo que es lo salarial también tiende a incrementar más. Es decir, siempre tiene un ingreso más la persona que maneja más de dos idiomas, aunque sea el español y el inglés como base, a una persona pues de que solo maneja el español.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
Personalmente no, porque no tengo un inglés fluido, pero en el caso de cuando han tocado turistas extranjeros, pues siempre han tenido que contratar a un traductor. Entonces, imagínate, si nosotros como guías tuviéramos ese conocimiento, ese ingreso sería nuestro y el trabajo sería mejor pagado.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Yo considero que sí, ya que en cuestión de la población no son muchos los que hablan y es algo demandante, entonces yo considero que sí.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Más que salariales, es un tema cultural, porque te permite abrir muchas puertas laborales y también, por ejemplo, salir no solamente de Piura, también de diferentes provincias o departamentos del Perú. Entonces te permite conocer más, interactuar más, y claro está, tener un ingreso salarial mucho más elevado.

<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?	Sí, actualmente existen muchas charlas, bueno, en lo que es el idioma inglés sí hay varios programas, pero personalmente no he tomado todavía ninguno de estos programas porque requieren costo y considerando que nuestro trabajo en Piura no es muy demandante, aparte que el turismo está bajo en Piura entonces creo que no nos permite tomar estos cursos, pero en cuestión del turismo en sí, sí llevamos diversas charlas de patrimonio cultural.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?	Bueno, te permite tener diversas herramientas de trabajo e imagino que también diversas plataformas en donde de repente están configuradas en este idioma y uno es necesario conocerla, independientemente de la interacción con nuestros visitantes porque el trabajo o el labor de guía oficial de turismo no solamente se realiza directamente con el visitante, sino también diversas plataformas, venta de boletos y lo demás, entonces también llevamos un trabajo de oficina en donde también requiere del idioma.
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?	Sí, no es mucha la población que tiene el conocimiento o habla el inglés, entonces nosotros al tener esa herramienta como plus nos ayuda bastante.
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?	Aparte de los beneficios salariales, beneficios de poder interactuar en otro país o Postular diferentes becas o en la misma carrera, tener un posgrado en cualquier otro país que requiera el idioma y se hace mucho más práctico y fácil poder interactuar.
<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>	
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?	Personalmente no. Yo el idioma inglés, por ejemplo, por escrito, puedo entenderlo, puedo traducir, mi dificultad está en lo que es la pronunciación o el inglés fluido. El inglés fluido puedo entenderlo, sí, pero se me dificulta en la pronunciación.
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?	Yo considero que influye bastante porque tenemos que estar constantemente comunicándonos, inclusive hasta por escrito, entonces, yo siempre he dicho que el inglés es un tanto complicado por la gramática, por ejemplo, que cambie una letra, cambia completamente el significado y hay tantas palabras que fonéticamente también suenan similar, entonces también suele confundir un poquito.
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?	Sí, en el departamento de Piura, no solo son turistas nacionales, sino también extranjeros, sin irnos muy lejos, aquí nomás en Máncora tú ves muchos turistas extranjeros que hablan el idioma, los ves caminando por el boulevard y ellos interactúan, entonces, ellos te pueden consultar cualquier cosa, de cómo llegar a este lugar, o qué pueden comprar, es por ello si tú no tienes conocimiento del idioma,

claramente se te va a dificultar, por eso es importante conocer y hablar el idioma inglés.
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
Sí, realmente es muy importante, porque nosotros somos seres que comunicamos es requisito básico.
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
Por ejemplo, si es una conversación básica, la puedo sostener, pero si ya es un inglés que requiere preparación, no podría desarrollar una buena conversación.
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?
Sumamente importante, la pronunciación y la fonética. hay varias palabras de que, si uno no las pronuncia bien, tienen otros significados, entonces vamos a hacer que lo que estamos comunicando se malentienda, se malinterprete y el mensaje que nosotros queremos darle a nuestros visitantes no llegue.
Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642).
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?
Yo lo considero sumamente importante porque nosotros siempre vamos a querer dar un mensaje del lugar en donde estamos o de repente una historia. Entonces, también necesitamos una respuesta de la otra parte, para que sea una comunicación sumamente buena, o sea, se entiendan ambas partes, pues es importante el manejo del idioma.
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?
Sí, es muy importante porque nosotros emitimos un mensaje, pero debemos tener en cuenta los conocimientos de la otra persona, porque cuando nuestros visitantes siempre vienen sabiendo algo de lo que es Piura entonces nosotros les resolvemos dudas o de repente les damos datos interesantes. Entonces, al ellos manejar un idioma inglés, nosotros debemos darles un mensaje en este idioma que lo comprendan. El inglés para mí es uno de los requisitos base para los guías oficiales de turismo. Ahora con esta entrevista recapacitando, qué importante es tener el idioma inglés como un segundo idioma. Inclusive para convalidar y tener tus cursos de titulación piden como requisito base el idioma inglés.

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

Propósito.

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Marjorie Milagros Antón Anastacio
---------------------------------	-----------------------------------

<b>Profesión:</b>	Guía oficial de turismo
-------------------	-------------------------

<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Dirección desconcentrada de cultura - Piura
--	---

<b>Cargo:</b>	Promoción cultural – unidad de museos. Presidenta de la asociación de guías oficiales de turismo – Piura.
---------------	--

<b>Fecha de entrevista:</b>	21/06/2024
-----------------------------	------------

<b>Hora de entrevista:</b>	11:59 am.
----------------------------	-----------

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*  
Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Claro, es importante la interacción social en comunicarnos en el idioma, y sobre todo en el idioma inglés que es el idioma universal, porque los turistas que nos visitan hablan ese idioma, es una necesidad también de nosotros tener este segundo idioma, porque nos abre puertas, porque es necesidad de comunicarnos y más que todo en la carrera que nosotros tenemos como guías oficiales de turismo.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?

La interacción social en el idioma inglés para poder comunicarnos, nos ayuda porque es una forma de interactuar con las personas, poder comunicarnos y expresarnos.

3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Sí, es muy importante porque ahora incluso las cosas que compramos vienen con el idioma inglés y se está utilizando muchos términos en inglés de los cuales debemos de conocer.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
En la fluidez y casi la mayoría de personas hablan dicho idioma.
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Definitivamente que sí, quien habla otro idioma tiene mejor salario porque es un plus a la actividad que realizas.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, porque es distinto un guiado que lo hagas en el idioma español que lo hagas en el idioma inglés, tiene otro costo.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?
Bueno, el idioma inglés va dentro de lo que es tu currículo para poder avanzar, pero yo pienso que si hablamos de un 100% el 50% podría ser el idioma.
8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?
Yo contrataría a una persona que sepa hablar el idioma. En la actualidad, las empresas sobre todo prefieren una persona que haga todo.
<b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?
Sí, definitivamente que sí, para poder estar de acorde a la necesidad laboral y por la misma capacidad de mejora continua en cuanto a la carrera. Sí, es necesario hablar el idioma inglés porque cómo vamos a poder expresarnos, leer y guiar.
10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?
Para poder tener conocimiento del idioma inglés para poder actualizarnos profesionalmente claro, porque por el guiado mismo, por el contacto mismo que se tiene con los turistas.
11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?
Sí, porque no todos hablan el idioma inglés y eso hace que cuando vayas a realizar un guiado prefieran tus servicios.
12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?
El que sea seleccionado para poder realizar en el caso de los guías un guiado, el poder leer, comunicarte más fluido en el idioma.
<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?

Bueno, buena estructura sí, porque el idioma que hablo es el francés, pero tengo conocimientos en inglés.
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?
La estructura gramatical para poder expresarse, hacer las frases, las oraciones, la descripción, una lectura.
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?
Sí, claro que sí. Porque es la manera cómo podemos comunicarnos, sino cómo vamos a poder entablar una conversación.
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
Sí, es necesario porque es el idioma universal y los turistas hablan el idioma inglés.
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
Lo necesario.
18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?
Claro, es importante la buena pronunciación, sino cómo nos vamos a entender.
Según Bygate señaló negociación del significado como, "la capacidad de comunicar sus ideas con claridad" (p.642).
19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?
Claro, porque es la comprensión de lo que estás mostrando.
Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.
20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?
Claro, es importante que haya ese tipo de habilidad, no tanto la receptiva, lo cual la gesticulación para poder interactuar con el turista, como si estuviese solo en el idioma castellano.

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Karla Stepany Barreto Trelles
<b>Profesión:</b>	Guía oficial de turismo.
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Agencia de viajes Perú Turismo Norte
<b>Cargo:</b>	Asesora de viajes
<b>Fecha de entrevista:</b>	21/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	12:33 pm.

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*

Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Bueno, considero que sí es importante, si bien es cierto, te comentaba que en el mercado regional de acá de Piura no se maneja mucho el idioma extranjero, porque realmente en Piura estudiar la fluencia de extranjeros es casi nula, salvo en el tema de Playa en el que sí encontramos extranjeros ya sea de Europa o de Estados Unidos que solo manejan el tema del inglés o solo manejan el tema del francés, pero sí es importante y lo he visto o lo he reflejado en otros mercados nacionales, sobre todo mercados en el sur, como suelen ser Arequipa, suelen ser Cusco, donde hay una gran, gran influencia de extranjeros y definitivamente todos se comunican en inglés, que es el idioma básico, así sean de Europa, así sean de Alemania, así sean de Francia, ellos manejan el tema del inglés y si quieres interactuar con ellos o quieres socializar o conocer un poco más de su cultura, es el único medio de comunicación con ellos.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?
Ayuda mucho, quizás conociendo otras culturas, conociendo un poquito de la idiosincrasia de otros países, quizás ayudaría mucho en ese aspecto y reflejar un poquito cómo es la realidad a través de esa comunicación de otros países en comparación al nuestro, entonces quizás ayuda mucho en ese aspecto.
3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?
sí, es muy importante, es necesaria esa habilidad del habla que se va a ir desarrollando a medida que lo vayamos, digamos, socializando, estructurando, no sé cómo especificarlo, entonces sí lo considero importante.
4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?
La única manera de ir desarrollando esa habilidad es precisamente con el contacto con el turista, el contacto con el turista es lo único que nos va a permitir desarrollar esa habilidad. A medida que nosotros estemos más en campo en contacto con el turista final, es cómo vamos a ir desarrollando esa habilidad. Al final ya sea trabajo en campo, trabajo en oficina, tenemos un contacto directo con el cliente final. A pesar de que ya con el tema de a raíz de pandemia se utiliza mucho el tema de las redes, ahora todas las comunicaciones son por WhatsApp, muy poco los clientes por ejemplo que tengo me llaman, todos escribir, entonces incluso cuando me escriben a veces no se dan a entender muy bien porque me piden una cotización, me dicen una fecha, un horario, que al final tengo que estar los llamando, explicarles cómo es el lugar porque a veces no conocen y en base a ello ya comunicándonos oralmente es que ya me pueden dar una guía de lo que necesitan, porque a veces todas escrituras no se dan a entender muy bien, entonces la única manera de desarrollar es precisamente con ese contacto directo..
<b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?
Sí, definitivamente lo veo reflejado en colegas que están en otras regiones, te hablo un poquito en comparación en realidad con otras regiones. Piura en el tema de afluencia turística, no tenemos muchos afluentes internacionales, muchos de los guías o agencias que estamos en la región, te pueden decir que no trabajan receptivo y si trabajan receptivo normalmente son nacionales de Sudamérica o de Centroamérica que hablan quizás el tema de español, no tenemos mucha afluencia de quizás de turistas de Estados Unidos o de Europa, como si se ve reflejado sobre todo en el sur, Arequipa, Cusco, que tiene la maravilla del mundo, entonces es una de las maravillas del mundo, entonces en base a esa comparación que yo hago con mis colegas guías, específicamente en Cusco, sí, definitivamente hay mejoras salariales, no solo con el conocimiento del inglés sino en el conocimiento de otros idiomas.
6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?
No, Yo en el caso del estudio del idioma inglés, te lo comentaba un poco, no le he requerido si viene me basado en esta región, en Piura, no, definitivamente si yo apunto a irme a otras regiones o a otras localidades, definitivamente si se podría ver una mejora en temas salarial, pero obviamente manejando fluidamente el idioma.
7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?

<p>Sí, si es posible, no solo en el rubro de agencia de viaje, porque como agencia de viaje también tenemos distintas categorías, en la agencia que actualmente yo trabajo es una agencia minorista que vende paquetes nacionales o internacionales, pero es operadora también, porque realizamos el tema de tours alrededor de la región de Pura y Tumbes, pero hay otra categoría que es superior que son las agencias mayoristas, que normalmente operan el tema de receptivo y se encuentran en Lima, si yo quisiera apuntar a este tipo de empresas, definitivamente uno tendría que tener el idioma inglés y definitivamente para poder ascender a estas, a este tipo de empresas, tendría que estar digamos capacitada en esos aspectos</p>
<p>8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?</p>
<p>Definitivamente económicamente. Esos ascensos laborales me pueden beneficiar significativamente, económicamente, no, o sea apuntar el tema de los cargos de área de operaciones en estas grandes agencias, es uno de los objetivos que digamos que tienen varios asesores de viajes en el tema de agencias de viajes.</p>
<p><b>Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b></p>
<p>9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?</p>
<p>Sí, en el tema del rubro de agencias sí manejamos un inglés bastante técnico porque lo vemos reflejado o lo necesitamos para el tema de aviación, en el tema de la emisión de pasajes, pasajes nacionales, pasajes internacionales, se manejan muchos términos técnicos que están en inglés o incluso en los formularios para las visas, ya sean para Estados Unidos, Canadá y actualmente bueno que ya en Europa también algunos países solicitan el tema de visa, entonces todos esos formularios si bien es cierto para Europa manejan el tema de francés en algunos países la traducción para los formularios son en inglés, entonces tenemos que conocer definitivamente esos términos que son un poco más técnicos pero si suele ser necesario ese tema de actualización por lo menos técnico y si la recibimos constantemente en el rubro de agencias de viajes.</p>
<p>10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?</p>
<p>Beneficios en el hecho de que sinceramente me agiliza mucho el tema del llenado de los formularios; En el tema de los formularios, ingresé en el tema de agencias en no manejar por lo menos esa parte técnica del idioma me demoraba mucho en el llenado de formularios porque tenía que ir al traductor ver qué es lo que significaba o lo consultaba con la asesora anterior y todo ello, entonces me demandaba demasiado tiempo, demasiado, demasiado tiempo, entonces a medida que nos iban capacitando con esos formularios, las preguntas, teníamos las capacitaciones constantes con este inglés por lo menos técnico que se maneja en el rubro de agencias de viaje tanto en aviación o en el tema de visados me ayudaba mucho a agilizar el tema del proceso.</p>
<p>11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?</p>
<p>Definitivamente nos da una ventaja competitiva, definitivamente por lo menos lo veo en el tema de asesora de viajes me daría una ventaja competitiva en comparación quizás con otros asesores en otras agencias, pero me falta sin duda rescatar el tema de la fluidez, manejarlo un poco más en el tema de campo con el turista final, especializarme en ellos y definitivamente me va a dar un beneficio sobre los demás, una ventaja sobre los demás guías.</p>
<p>12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?</p>

Beneficios como: reducir el tiempo que pueda demandar el tema de un llenado de visa, por ejemplo, beneficios también por ejemplo que te van a buscar más en el tema del directorio de guías cuando busquen guías, van a escoger al que estén más capacitado, digamos, definitivamente en esos beneficios y que se van a haber reflejados en el tema económico.
<b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b>
13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?
No, no la tengo definitivamente, no estoy ampliamente especializada en el idioma, me quedé en intermedio básico, sí manejo el inglés técnico referido a agencias de viajes en aviación y formularios, pero como buena estructura gramatical no, no la tengo.
14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?
Bueno, deben incluir demasiado, igual como en el idioma español, el poder, vamos a entender cómo explicar al turista la idea o el concepto de cada lugar o cómo llegar a ellos o cómo transmitir el tema de la historia. Entonces, como sucede en español es lo mismo en el tema de inglés, pero como te comentaba, no lo manejo tanto en ese aspecto.
15. ¿Tener riqueza de vocabulario es importante para un guía de turista? ¿Por qué?
Sí, definitivamente, incluso con el contacto que tenemos actualmente de las redes sociales, vamos al inglés un poco que te enseñan en el instituto o en la escuela que te puede enseñar, vemos que los hablantes nativos ya comienzan a utilizar otros términos, entonces eso solo se va a aprender a veces con el contacto, con el hablante nativo o con el turista. La manera gramatical que nos enseñan en las escuelas ya cuando estamos a veces en campo, tenemos que adaptarlas un poco a ese momento, porque no es lo mismo cómo nos hablaba un hablante nativo hace cinco años a cómo nos habla hoy en día. O eso lo vemos, bueno, yo por lo menos lo veo reflejado un poco por el tema de las redes sociales, que veo un poco.
16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?
Sí, definitivamente es necesario, sobre todo si apuntamos a otros mercados con mucha fluencia de receptivo, receptivo me refiero a turistas que vienen hacia el Perú.
17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?
No, no tengo fluidez. Porque no termine la especialidad en el rubro, en el mercado mejor dicho regional que estoy de Piura, no me ha llevado quizás a especializarme, llevo seis años en el tema de agencia de viajes y son pocas las solicitudes que he tenido para guiar en otro idioma, en realidad han sido muy contadas, muy contadas las solicitudes que hemos tenido para guiar en otro idioma y más hemos manejado un turismo nacional o interno incluso que un turismo receptivo y si hemos tenido un turismo receptivo normalmente son de Sudamérica, entonces no sé, no he requerido principalmente el idioma por lo menos aquí en la región de Piura, pero sí he visto la necesidad y me he sentido quizás un poco excluida, digamos, el no poderme comunicar cuando he viajado fuera de Perú, pero sí cuando he viajado a Cusco o a Arequipa, que he tenido contacto con otros turistas de otras nacionalidades donde hablan inglés o hablan francés y se comunican en inglés y no poderme comunicar con ellos, no poder socializar, no poder conocer,

<p>conocer un poquito más sobre ellos, entonces ahí sí he visto quizás esa traba, digamos de poder comunicarme con ellos.</p>
<p>18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>La adicción es importante en todo momento, en el tema de español, particularmente cuando estamos o por lo menos lo he visto en bastantes de colegas que ejercen en campo, el tema de edición es muy importante, incluso cuando estamos en atención al público, yo que estoy aquí en la atención de oficina, si bien mi voz es un poco suave, pequeña o baja, a veces cuando ya estoy con grupos grandes me obliga un poco a levantar la voz, tratar de darme, darme a entender o el tema de adicción.</p>
<p>Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).</p> <p>19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, definitivamente, justamente siempre hablamos del tema del guiado que no solamente es tratar de expresar o dar a conocer un sitio turístico sino también tener un poco esa retroalimentación. Nosotros no vamos a un lugar y comenzamos a decir este lugar, en tal fecha o está brindado en cualquier de estas propiedades, sino que tratamos de involucrar un poquito al turista, haciéndole algunas preguntas en el momento, qué es lo que ve en ese momento, para poder crear esa interacción y ellos puedan captar mejor la idea que queremos comunicar. En eso nos basamos. Hay una introducción, hay una retroalimentación, entonces en eso se basa en el tema del guiado.</p>
<p>Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.</p> <p>20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>Es importante siempre con el trato del turista, porque incluso hay personas que vienen a oficina o vienen en tema de tours que nos dicen, ya quiero hacer un tour, pero no saben hacia dónde ir o qué conocer. Entonces, un poquito conversando con ellos, les hacemos algunas preguntas cuáles son sus actividades más destacables o qué les gusta más conocer, si se inclinan un poco el tema de naturaleza, un poco el tema de playas o un poco el tema de montañas o si les gusta el tema de caminata. Y en base a esas preguntas que nos van respondiendo, nosotros llevamos inclinando un poquito qué destinos o qué lugares les podemos ofrecer. Entonces, sí es importante, pero también viene a raíz de una serie de preguntas que tenemos que ir haciendo quizás de manera sutil para poder, nosotros damos una idea de lo que realmente él quiere, sin saber realmente qué es lo que quiere.</p>

**GUÍA DE ENTREVISTA  
APLICADO A ESPECIALISTAS DE TURISMO**

**Propósito.**

1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.
4. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

<b>Nombre del entrevistado:</b>	Estefani Ruth Pacherras Herrera
<b>Profesión:</b>	Guía oficial de turismo
<b>Centro de labores del entrevistado / ocupación:</b>	Agencia de viajes Catac Travel Tours.
<b>Cargo:</b>	Jefa de operaciones y reservas
<b>Fecha de entrevista:</b>	21/06/2024
<b>Hora de entrevista:</b>	13:56 pm

La presente guía de entrevista será anexada a la investigación titulada *“Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.”*  
Gracias por su participación voluntaria y consentimiento expreso en el desarrollo del trabajo académico.

**Ítems**

**Objetivo 1. Conocer cómo la comunicación influye en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

1. ¿Usted cree que es importante la interacción social en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?

Sí, es muy importante, por ejemplo, yo trabajo para una agencia de viajes ahora. Entonces vienen pasajeros, así como en Perú, hay personas capacitadas que hablan el inglés, pero fluido, inglés avanzado. Ellos sí o sí es un área donde demanda esa comunicación. Igual en una agencia de viajes.  
Al menos una persona que pueda tener este idioma intermedio y que logre una comunicación efectiva, eso es importante porque también representas a tu agencia.

2. ¿De qué manera la interacción social ayuda en el desarrollo de la comunicación en el idioma inglés? ¿por qué?

Tenemos más puertas que se pueden abrir. Si eres un guía independiente, tú mismo te promocionas. Tú mismo tienes, son cadenas, una cadena. El guía tal tienes contactos y más personas te recomiendan.  
Entonces eso es parte, estás abriendo puertas para que tú mismo te promociones como marca, como un referente, un guía independiente, bilingüe. O si trabajas por

<p>una agencia de viajes o para una cadena hotelera, igual, el idioma inglés va de la mano contigo, entonces, esas son las puertas que se abren para beneficiar a ti, te beneficias al resto, a la empresa donde estás trabajando.</p>
<p>3. ¿La habilidad del habla es necesaria en la comunicación del idioma inglés? ¿por qué?</p>
<p>En el norte, hay muy pocas personas del extranjero. Entonces como una persona que estudia de inglés, quizá el avanzado o el intermedio, puede ir practicando porque a veces pasa de que has estudiado, pero como no hay mucha influencia de personas para que puedas tener una comunicación directa, ir practicándolo. Practicándolo a veces puede que estar ahí, tiene que estar en constante práctica. Entonces siempre le he dicho escuchar conversaciones, conversaciones siendo más práctico que teórico, más práctico, hablar, hablar, hablar. Y eso va a ayudar, eso va a ayudar bastante. Incluso trabajé por el aeropuerto donde había personas que sí o sí necesitaban, al menos una conversación que podía no ser cortante. O sea, yo aprender inglés, no, yo sé inglés. Al menos que puedas hilar esas preguntitas o esas respuestas.</p>
<p>4. ¿De qué manera la habilidad del habla se desarrolla en el idioma inglés?</p>
<p>La capacidad de que tú puedas retener y de poder dominar lo que has aprendido. Por ejemplo, los verbos, conjugaciones, las frases claves, por ejemplo, terminaciones. Cuando son con turistas también. Y saber qué preguntar, eso es clave. Como te digo, es clave: Las conjugaciones, terminaciones, preguntas precisas.</p>
<p><b>Objetivo 2. Conocer cómo las oportunidades laborales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b></p>
<p>5. ¿Usted cree que se dan las mejoras salariales por el conocimiento del idioma inglés? ¿por qué?</p>
<p>Hay una gran diferencia. Es sobre cuánto le pueden pagar a un guía que es no hable inglés o un guía bilingüe. Sí, puede ser el doble o el triple que le puedan pagar, de acuerdo a la ruta que pueda realizar aquí en el norte.</p>
<p>6. ¿Usted en su experiencia propia ha podido obtener mejoras salariales por tener estudios del idioma inglés? ¿por qué?</p>
<p>Sí, lo puedes ver en el cargo. En lo laboral, cuando enviamos notificaciones o correos electrónicos, no solo que sea un copia y pega, sino que hay una interacción, comunicación. Entonces debemos tener en cuenta eso al momento también de asistir a un pasajero cuando llega a preguntarnos, a demandar una cotización, a saber, cómo nosotros podamos comunicarnos con él. Sí, eso ya es crecimiento personal y profesional.</p>
<p>7. ¿Usted cree, que es posible obtener ascensos laborales por hablar el idioma inglés? ¿por qué?</p>
<p>Sí, es mi caso porque yo inicié como guía de turismo independiente. Trate de poder ir escalando poco a poco porque no es fácil. Y en este caso, sí ir escalando y saber que el idioma inglés ayuda y te abre muchas puertas. Como yo te comentaba, en el aeropuerto no es fácil ingresar por más de que haya un sueldo promedio, un sueldo un poco, que quieras superar tus expectativas, pero igual tienes que saber el inglés. Y yo intenté como dos o tres veces postular, pero este el año pasado es que logré ingresar. Y es también si tú mismo tienes proyección de lo que quieres hacer más adelante, ¿qué quieres trabajar? Tienes que proyectarte a saber que necesito aprender. Porque quiero escalar, quiero llegar a este punto. Entonces tú mismo, no limitarte, no conformarte. Saber que para tú tu oportunidad es</p>

clave. Incluso hay muchas personas en Lima y yo admiraba bastante porque hay guías que saben dos a tres idiomas. No solo en inglés, hablan el francés, hablan el chino, mandarino. Nosotros ahí tenemos que mejorar eso cada día más.

8. ¿De qué manera los ascensos laborales por hablar el idioma inglés, le puede beneficiar?

Te puede beneficiar porque te valúan en una empresa. Tú en una agencia te voy a ser un ejemplo, en una agencia de viajes. Ingresas como un guía independiente. Y vas escalando. De acuerdo como te vayan evaluando, de cómo el jefe te va indicando. Mira, tienes estas habilidades. Vamos a ir seleccionando. Van seleccionando. Van midiendo. Y vas creciendo. Y vas avanzando. Aparte de que llevas cursos, aparte de que te capacitas más. Y eso hace que puedan decir y detectar esta señorita, se merece este puesto. Porque le hemos evaluado. Aparte del idioma inglés, porque solo en un grupo de cinco personas y es la única que habla inglés. Entonces, vamos a ir separando. No es que el jefe se egoísta con las demás personas que trabajan para él. Porque él sabe a qué personas poner cierto cargo. Y decir, esta persona me puede ayudar en esto. Y a los demás también capacitarlos. Para que a mí no se queden atrás.

(

**Objetivo 3. Conocer cómo las oportunidades personales influyen en la producción oral del inglés en los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.**

9. ¿Usted suele actualizarse profesionalmente? ¿Es necesario hablar el idioma inglés para poder actualizarse en lo profesional? ¿por qué?

Sí. Normalmente ahora que trabajo para una agencia y donde tengo un cargo diferente, la capacitación es constante. Si no me quedo, me estanco. Y cuando hay reuniones que es necesario con otras empresas de turismo, con otras personas también que tienen una capacidad de conocimiento diferente al mío. Porque uno no termina de conocer todo. Siempre hay que mejorar y aprender. Seguir aprendiendo. Entonces, necesito estar en esa línea. Entonces, en lo personal, yo siempre digo, y esto no lo conozco, voy a tratar de indagar para poder mejorar y no quedarme ahí. Incluso con el idioma inglés también. Hay cursos de actualización. También conversaciones. Trato de conversar yo con esas conversaciones que hay en una página importante que lanzan unas conversaciones y yo trato de traducirlas. Entonces, ¿para qué? Para que yo pueda ir reforzando, practicar. Ni eso nos ayuda bastante.

Va a depender también de las personas que necesiten actualizarse. Porque hay personas que conocen el inglés, que saben el inglés, pero ya no lo saben hablar. Pero yo lo tengo acá en mente. Yo sé que es lo que voy a decir, pero no lo sabemos decir. Y ya me ha pasado a mí varias oportunidades. ¿Qué voy a decir? Pero necesitamos reforzar eso.

Es necesario el idioma inglés, porque cuando entablas una conversación con una persona o un extranjero y nos quedemos ahí, no hay cómo informarlo. ¿Qué le vas a informar si no puedes hablarlo bien? ¿O cómo lo vas a decir? al menos que esas capacitaciones sirven para que sea útil y sea un poco más fluido. Sé que no lo vamos a dominar al 100% pero al menos que no se corte la ilación de lo que quieres informar.

10. ¿Qué beneficios hay en el tener conocimiento del idioma inglés cuando uno quiere actualizarse profesionalmente?

A ver, qué beneficios, como yo te había comentado, es que puertas se van a abrir. Si tú tienes el idioma inglés puertas, se van a abrir. En actualizarte, ¿por qué? Porque

<p>cuando tú sabes algo más de lo que otros no saben o desconocen en este caso, tú vas a un escalón más, vas avanzando.</p> <p>Sí yo me actualizo, voy a aprender más y voy a, aparte que me actualizo, voy a conocer herramientas del idioma inglés que desconocía, los tres años atrás o los cuatro años atrás, muchas cosas empiezan a cambiar.</p>
<p>11. ¿Usted cree que por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés le da ventaja competitiva? ¿por qué?</p>
<p>Por tener el idioma inglés le da ventaja competitiva. Si realmente lo dominamos bien, sí. Me entiendes, no es solo de papelito y de escrito que yo sé inglés. Si lo dominamos bien, sí. Si llevamos una etapa que es intermedia, pero que podemos tener una conversación que no sea raquítica, estática con el pasajero</p>
<p>12. ¿Qué beneficios hay cuando uno tiene ventaja competitiva por hablar o tener amplio conocimiento en el idioma inglés?</p>
<p>Te van escalando, de puesto.</p>
<p><b>Objetivo principal. Conocer cómo la percepción de la importancia del inglés influye en la producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.</b></p>
<p>13. Como autoevaluación, ¿Usted tiene una buena estructura gramatical en el idioma inglés? ¿A qué se debe?</p>
<p>Del 1 al 10, mi estructura gramatical es un 7. ¿A qué se debe? Mi limitación es que no hay personas que yo pueda entablar una conversación, quizá eso es una limitación. Pero no lo veo como una amenaza, porque puedo grabar con aplicaciones que no yo debo seguir esas pautas para asistir esa comunicación y poder estar al nivel y no quedarme.</p>
<p>14. ¿De qué manera, las estructuras gramaticales influyen para tener buena producción oral en el idioma inglés durante el guiado?</p>
<p>He tenido momentos en el aeropuerto que no entendía muy bien al pasajero y bueno, mi nivel intermedio entonces, al momento de tener conversaciones, yo decía en el aeropuerto, yo quiero personas que lleguen para poder hablar y poder escucharlas y como yo te decía hace un momento, no se les podía entender, yo no le podía entender muy bien. No sé si mi oído estaba o las actualizaciones con respecto a esas contracciones, cortar, cortar, cortar, hacía de que ellos de inmediatamente cortaran esas palabras y quedarme ahí. Y yo decía, por qué me estoy limitando en esos y yo he llevado este curso, yo he llevado esto, yo he llevado esto, aquello, aquello. Y tenía que investigar y ahí es cuando nuestro oído tiene que refrescarse constantemente, sí, y también al momento de revisar los vídeos, llevar una... cómo tengo una ilación verde. Es de poder ir, nosotros mismos, capacitarnos, es de verdad, actualizarnos, porque si no, nos estancamos. Para entender lo que nos dicen, ya que hay contracciones y abreviaciones en este idioma.</p>
<p>15. ¿Tener riqueza de vocabulario en el idioma inglés es importante para un guía de turista? ¿Por qué?</p>
<p>Claro, el guía de turismo tiene que ser un capo. El guía de turismo tiene que aprenderse sobre política, sobre lo que pasa en la realidad del Perú y también conocer datos minuciosos. O sea, el pasajero, el cliente, te puede decir, dime dónde queda este lugar o qué puedo almorzar. O dónde puedo almorzar, perdón. O dónde puedo cenar. Un restaurante que me pueda recomendar. El clima tal. Todo. Es como un libro andante y eso también transmitirlo en un idioma diferente. O sea, primero dominarlo en español. Saber. Porque si estás perdido en español una vez donde le vas a indicar tal restaurante, ¿qué le vas a indicar en</p>

<p>inglés? No de saber bien tener conocimiento en español de lo que tú, o sea, los referentes, datitos importantes para que tú lo puedas transmitir en otro idioma. Porque si no sabes qué vas a decir.</p>
<p>16. ¿Será necesario la fluidez en el idioma inglés en los guías de turismo? ¿Por qué?</p>
<p>En Lima lo vi. Hay muchos chicos que, si hablan, dominan en inglés. O sea, fluidamente. Porque hay personas clientes que lo demandan también. Porque hay clientes que, si te dicen, tú hablas inglés. Sí. Ya. Y los turistas ingleses se explayan contigo como si fuese un compatriota más de ellos y te hablan rápido. Y la fluidez, que quizá la tuya puede ser básica. Pero ellos piensan que tú vas a dominar el inglés fluido. Y a veces nos estancamos en eso. Y es necesario. Ahora, hay personas que también vienen del extranjero y hablan español también. Entonces como que también te pueden ayudar en ese sentido, pero ellos no están para ayudarnos. ¿Me entiendes? Ellos no están para ayudarnos. Ah ya, lo pronunciaste bien. Es esto. Si están pagando por un servicio porque nosotros brindamos ese servicio es para nosotros dar lo mejor. Entonces para eso mejor decir, yo no hablo inglés.</p>
<p>17. ¿Usted tiene fluidez cuando se comunica en inglés con otra persona? ¿Por qué?</p>
<p>Inglés intermedio.</p>
<p>18. ¿Es importante la buena pronunciación en el momento del guiado a un turista internacional de habla inglesa? ¿Por qué?</p>
<p>Sí, por eso. Claro, porque tú sabes que hay palabras que se pueden confundir. Tú puedes decir cerveza, puedes decir oso y puedes decir ¿Me entiendes? en una sola palabra. Beer, beer, me entiendes. Cerveza, oso o puedes insultar a una persona. Hay que saber cómo pronunciarlo para que realmente ¿Qué me dijo? Me dijo bitch o me entiendes. Exacto. Entonces hay que saber nuestro como pronunciar y el vocabulario también es importante.</p>
<p>Según Bygate señaló negociación del significado como, “la capacidad de comunicar sus ideas con claridad” (p.642).</p> <p>19. ¿Es importante tener una buena negociación del significado para la interacción de la comunicación durante el guiado? ¿Por qué?</p>
<p>Claro, saber lo que tú estás diciendo. Yo quiero decir sobre una iglesia. La iglesia fue construida en 1532 por tal personaje. Esa es la capacidad la retentiva como lo dice aquí la capacidad de comunicar mis ideas con claridad sin que sean vagas ideas o supuestas ideas. Esto es lo que voy a decir. Estas son mis ideas, están claras. ¿Y cómo lo hago? Lo transmito a través de mi idioma inglés pero que no se corta. O sea, no voy a estar diciendo como te diría la fundación impura fundación impura y no sé cuánto dicen. Cortas y no anexamos los que son los pronombres y cortamos tanto que la oración termina siendo tan aguada que el pasajero dice yo hablar español, yo hablar inglés y no conectamos bien a eso se refiere es importante lo que vamos a decir, pero también como lo vamos a decir como lo vamos a transmitir</p>
<p>Las habilidades perceptivas, según Alejo et al. (2014) es un proceso donde el individuo capta información y lo adapta según sus intereses y necesidades.</p> <p>20. ¿Es importante que un guía de turismo tenga habilidades perceptivas cuando se comunica con turistas internacionales de habla inglesa? ¿Por qué?</p>

Sí, es como vas a contar si es algo de historia entonces transmitirlo de alguna manera que sea aburrida es como llegar al turista más que sea en otro idioma como atraerlo para que él no se sienta algo de lo mismo esas habilidades son tuyas son propias como contar una historia como contarla como decirle miren esto pasó aquí llamar su atención no solamente porque sepa inglés porque hay personas aguadas que saben inglés y cuentan una historia para un turista algo robótico y continúan a otro lugar tener esa habilidad su chispa o que lo identifique que haga ser diferente al resto y que capte la atención a ese turista o a ese turista diga bueno aparte de que este joven habló inglés quizá una etapa intermedia pero me capto tanto en lo que él me dijo y como lo dijo con esa sonrisa es un conjunto como lo dijo me hizo reír o capto mi atención y yo estoy muy agradecida de este guía. esto es un conjunto de todo.

**Figura 1.** Entrevista a la técnica guía oficial de turismo - Periche Talledo, Tania Lorena



Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 2.** Entrevista al tour operador - Agencia Turismo Perú Norte, Bracho Roltan, Miguel.



Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 3.** Entrevista al tour operador – Agencia Canecchi, Barranzuela  
Codarlupo, José Luis.



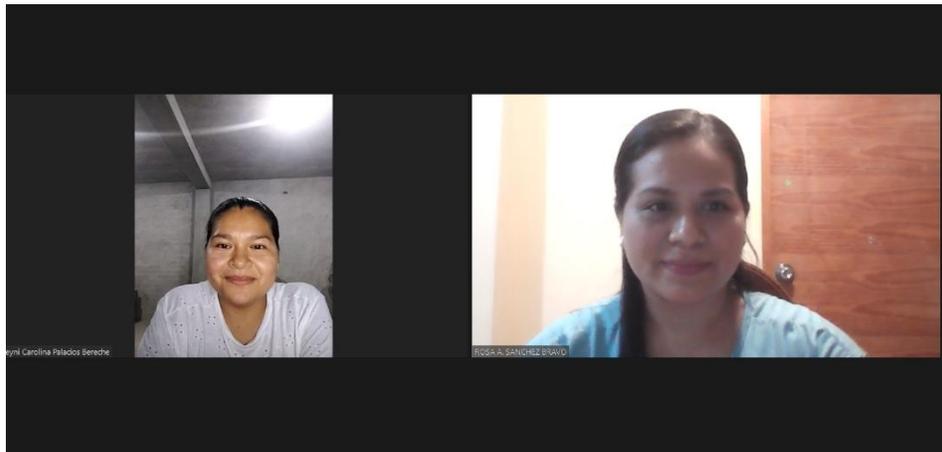
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 4.** Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada -  
Macalupu Morales, Guisel Alexandra.



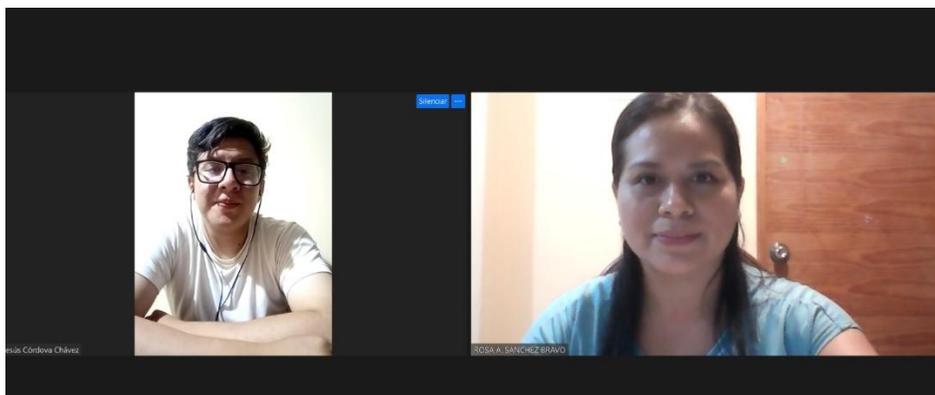
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 5.** Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Palacios Bereche, Jeyni Carolina.



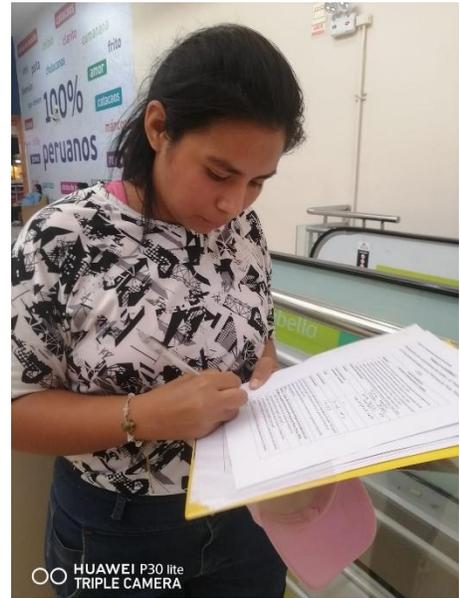
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 6.** Entrevista al técnico guía oficial de turismo - Córdova Chávez, Jesús Alfredo.



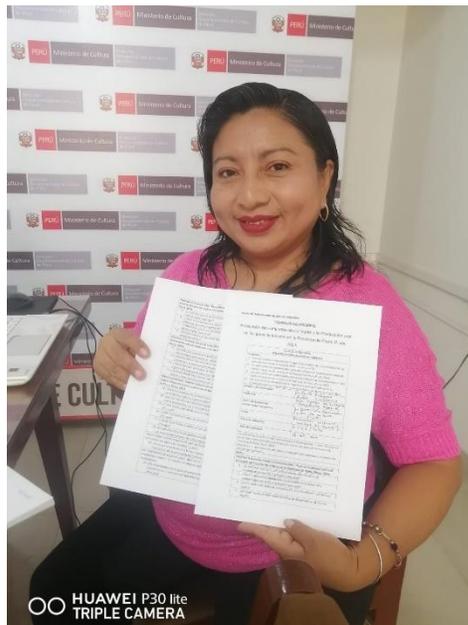
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 7.** Entrevista al técnico guía oficial de turismo - Ojeda Silupu, Diana Isabel.



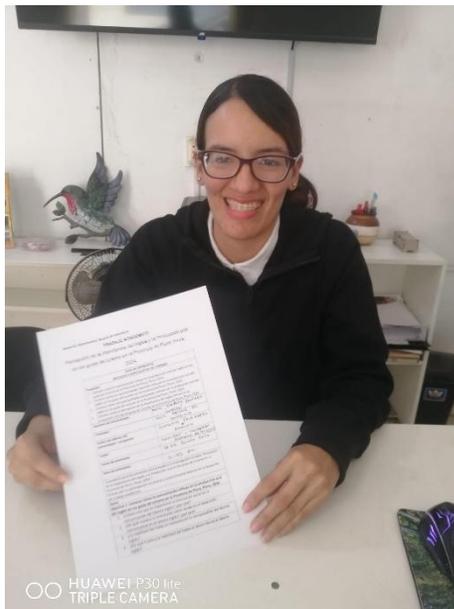
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 8.** Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Antón Anastacio, Marjorie Milagros



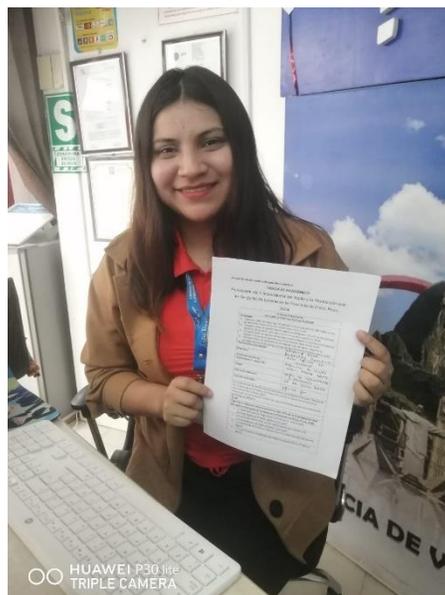
Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 9.** Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Barreto Trelles, Karla Stepany.



Fuente: Sánchez bravo (2024)

**Figura 10.** Entrevista a la guía oficial de turismo certificada y autorizada - Pacherras Herrera, Estefani Ruth.



Fuente: Sánchez bravo (2024)

## Anexo 07: Resultado de similitud del programa Turnitin

feedback studio ROSA AMELIA SANCHEZ BRAVO TURNITIN- SANCHEZ BRAVO ROSA AMELIA.docx



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**PROGRAMA DE SEGUNDA ESPECIALIDAD EN DOCENCIA DEL INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA**

**TRABAJO ACADÉMICO**

Percepción de la importancia del inglés y la Producción oral de los guías de turismo en la Provincia de Piura, Piura, 2024.

**AUTORA:**  
Rosa Amelia Sánchez Bravo (Orcid.org/0000-0002-0101-9016)

**ASESOR:**  
Mg. Edgard Eliseo Carmen Choquehuanca (Orcid.org/0000-0003-0841-4403)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
Educación y calidad educativa

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**  
Apoyo a la reducción de brechas y carencias en la educación en todos sus niveles

### Resumen de coincidencias

**15 %**

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5 %
2	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	1 %
3	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	repositorio.uia.ac.cr:80... Fuente de Internet	1 %
5	bibliotecadigital.udea.e... Fuente de Internet	1 %
6	vbook.pub Fuente de Internet	<1 %
7	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	<1 %
8	viajeros.freeservers.com Fuente de Internet	<1 %
9	parlamentoandino.org	<1 %

Página: 1 de 53    Número de palabras: 14372    Versión solo texto del informe    Alta resolución    Activado