



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

TEMA:

EL IDIOMA INGLES Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN
EL HOTEL MANTAHOST AÑO 2016.

AUTORA: María José Álava Chávez

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

Carrera de Secretariado Bilingüe

Manta, septiembre de 2016

Tema

**EL IDIOMA INGLES Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL HOTEL
MANTAHOST AÑO 2016.**

CERTIFICACIÓN

En atención a la Resolución No. 46-CF-GDSE de Consejo de Facultad, mediante la cual me designa Director del trabajo de titulación, “El idioma inglés y la comunicación interna en el hotel Mantahost año 2016.” Realizado por la Sra. María José Álava Chávez, previo al título de Licenciada en Secretariado Bilingüe.

Certifico: Que se ha procedido a la revisión en su totalidad y determino que cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí,

Por esta razón me permito acreditarlo y autorizar a su autora para su presentación.

Manta, septiembre de 2016

Lic. Vinicio Carrillo Páez
**DIRECTOR DE PROYECTO
DE INVESTIGACIÓN**

DECLARACION DE AUTORÍA

La suscrita María José Álava Chávez, portadora de la C.I. 131472658-7, hace constar que es autora del Proyecto de Investigación Científica titulado: “El idioma ingles y la comunicación interna aplicada la personal del hotel Mantahost año 2016”. Trabajo académico que constituye una labor investigativa personal realizada con la dirección de la asesora Lic. Vinicio Carrillo Páez.

En tal sentido, manifiesto la originalidad del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada; además expreso que se han respetado los aportes intelectuales de otros autores y se ha hecho referencia de ellos en el texto.

María José Álava Chávez
AUTORA

DEDICATORIA

A Dios, por darme siempre la fortaleza y la sabiduría suficiente de seguir adelante en cada paso que doy y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A Mis Padres y Hermanas, por ser ellos mis pilares fundamentales en todo mi periodo estudiantil y por haberme formado como una persona de bien, también por siempre apoyarme en todo momento aun cuando me equivocaba, gracias por siempre estar conmigo.

A Mi Esposo, por ser quien me impulsa para cumplir mi sueño, por haber formado parte de este anhelo de vida, por su apoyo incondicional, por su paciencia y comprensión.

María José Álava Chávez

RECONOCIMIENTO

Al Lic. Vinicio Carrillo Páez, guía del proyecto de investigación, por su calidad humana, ayuda y sugerencias para realizar el presente trabajo.

Así mismo, expreso mi agradecimiento a las autoridades y docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en especial a la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo por la oportunidad de mejorar Profesionalmente y cuyas enseñanzas reflejo en esta investigación

Muchas gracias.

María José Álava Chávez

ÍNDICE

CONTENIDO	Pág.
TEMA	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	III
DEDICATORIA	IV
RECONOCIMIENTO	V
1. DATOS GENERALES	1
1.1 Título del proyecto de investigación.....	1
1.2 Tipología del proyecto de investigación.....	1
1.3 Área del conocimiento.....	1
1.4 Duración del proyecto.....	1
2. OBJETIVOS	1
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO	2
4.1 Introducción.....	2
4.2 Marco teórico.....	5
4.2.1 Antecedentes investigativos.....	5
4.2.2 Fundamentación legal.....	6
4.2.3 Fundamentación filosófica.....	7
4.2.4 Fundamentación teórica.....	8
4.2.4.1 Idioma Ingles.....	8
4.2.4.1.1 Historia del idioma inglés.....	8
4.2.4.1.2 Definición del idioma inglés.....	9
4.2.4.1.3 Objetivo general del idioma inglés.....	11
4.2.4.1.4 Importancia del idioma inglés.....	11
4.2.4.1.5 Exigencias del idioma inglés.....	13
4.2.4.1.6 Características del idioma inglés.....	14
4.2.4.1.7 Factores que intervienen en el aprendizaje del idioma inglés.....	15

4.2.4.1.8 Ventajas y desventajas de aprender un idioma.....	16
4.2.4.1.9 Habilidades para el aprendizaje del idioma inglés.....	18
4.2.4.1.10 Funciones del idioma inglés.....	20
4.2.4.2 Comunicación Interna.....	21
4.2.4.2.1 Historia de la comunicación interna.....	21
4.2.4.2.2 Definición de la comunicación interna.....	22
4.2.4.2.3 Objetivo general de la comunicación interna.....	23
4.2.4.2.4 Importancia de la comunicación interna.....	24
4.2.4.2.5 Modalidades de la comunicación interna.....	24
4.2.4.2.6 Características de la comunicación interna.....	25
4.2.4.2.7 Elementos de la comunicación interna.....	26
4.2.4.2.8 Tipos de comunicación interna.....	27
4.2.4.2.9 Ventajas y desventajas de la comunicación interna.....	28
4.2.4.2.10 Funciones de la comunicación interna.....	30
4.3 Preguntas de Investigación.....	31
4.4 Justificación.....	31
4.5 Metodología.....	33
a) Diseño de estudio.....	33
b) Sujeto y tamaño de la muestra.....	35
c) Determinación de variables (variable independiente y variable dependiente).....	35
4.6 Resultados Esperados.....	35
5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	36
5.1 Web Grafía.....	38
6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPUESTA.....	39
Anexos.....	40

1. DATOS GENERALES

1.1 Título del proyecto de investigación.

El idioma inglés y la comunicación interna en el hotel Mantahost, año 2016

1.2 Tipología del proyecto de investigación.

Investigación básica

1.3 Área del conocimiento.

Ciencias sociales, educación comercial y derecho

Sub área: educación comercial y administración.

1.4 Duración del proyecto

Fecha de inicio: 5 de agosto 2016

Fecha de culminación: septiembre 2018

2. OBJETIVO GENERAL

- Analizar el idioma inglés y la comunicación interna en el hotel Mantahost.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conceptualizar el idioma inglés y la comunicación interna.
- Determinar las características del idioma inglés y la comunicación interna.
- Identificar las ventajas y desventajas del idioma inglés y la comunicación interna.
- Caracterizar las funciones del idioma inglés y la comunicación interna.

4. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL PROYECTO

4.1. Introducción

Si bien es cierto el idioma inglés está presente en casi todo el mundo, por esta razón se la conoce como la lengua más hablada después de la materna, el cual permite la incursión en el mundo de los negocios y la interacción con las demás personas; así mismo, la comunicación interna hace referencia a la información que existe dentro de una organización; es decir, la motivación en los trabajadores es de suma importancia para mejorar los objetivos propuestos en la empresa del rol que desempeña.

Según Guell, Francisco. (2011) Indica en su libro; “El inglés es el idioma que más se estudia en el mundo actualmente y se ha convertido en el idioma del progreso”. Con el pasar del tiempo este idioma se ve en la necesidad de estudiarlo porque permite la comunicación con las personas de exterior, todo depende del interés de la persona, es por esta razón que resulta imprescindible que los trabajadores del Hotel Mantahost busquen fuentes que les permita aprender este idioma.

Para Diez Freijeiro, Sara (2010) manifiesta que la comunicación interna es: “Un conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común”. Es muy importante recalcar que sin comunicación no se puede hacer entender el mensaje, tampoco que todos los miembros de una organización caminen para una misma dirección, por esta razón es

necesario implementar vínculos entre todos los colaboradores para que cumplan con los objetivos de la empresa, entonces, las personas que se hospedan en el hotel Mantahost se sentirán más cómodos porque tendrán una buena comunicación con los empleados y de esta forma podrán cubrir las necesidades que el cliente tenga.

Sin embargo, la problemática que se desarrolló es que, el idioma inglés es una herramienta que permite a las personas desenvolverse de manera eficiente, en los diferentes ámbitos que se desarrollen, por lo cual es de vital importancia utilizar instrumentos que ayuden en la adquisición de conocimientos y aprendizajes. Entre los idiomas del planeta, uno de los más hablado es el inglés, el mismo que se ha convertido en el arma principal que hoy en día el ser humano necesita para poder desarrollarse en el campo laboral – empresarial con personas de los diferentes países, por tanto, es muy notable como en los negocios, mercados, exportación e importaciones se interactúa con personas extranjeras para poder realizar una buena comunicación y no exista malos entendidos o un fracaso en el proceso en el que estemos trabajando, por este motivo es obligatorio aprender este idioma tan necesario en un mundo totalmente competitivo.

Es este sentido Ecuador es visitado por muchas personas a nivel mundial, especialmente de los Estados Unidos, aquellos turistas que con su visita generan un aporte económico, ayudando a las comunidades más exóticas con las cuales cuenta. Además, la visita de extranjeros es tan significativo puesto que genera plazas de trabajo para los ecuatorianos, es ahí, cuando

empiezan a actuar las cadenas hoteleras nacional, ubicando con las mejores cortesías a los turistas, no sin antes indicar que en ese momento la comunicación empieza a dar la fortaleza en cada información que se pretende dar.

Para la Región Costa el lugar más beneficiado es la ciudad de Manta la misma que cuenta con el Puerto Marítimo más grande del Ecuador donde se desembarcan miles de productos internacionales, además de ser reconocida como el paradero para los diferentes cruceros de banderas Internacionales, entonces, en ese instante uno de los problemas que posee el ser humano al adquirir herramientas para la aplicación del idioma es la falta de interés y voluntad para cumplir los objetivos y metas que conduzcan al éxito de la organización, por tanto, el buen desempeño de los miembros de una empresa hará que esta obtenga excelentes resultados de una manera eficiente. En este sentido se crea la necesidad de fomentar el conocimiento de la segunda lengua más dialogada en la parte hotelera en donde el personal se relaciona de manera directa e indirecta.

Para lograr el propósito de esta investigación se encuentra estructurado con unos objetivos generales y específicos para el cumplimiento de desarrollo de la indagación, así mismo con un marco teórico en donde se desplazan conceptos específicos sobre las dos variables que impulsa a dar inicio de la problemática que se desarrolla de tal forma se justifica el porqué de este proyecto no sin antes contar con una metodología que

ayude a llevar de una manera sistematizada la elaboración de la investigación, este proceso permitió obtener resultados que sean elocuentes a futuro y finalmente una propuesta que ayude a mejorar la problemática.

4.2 Marco teórico.

4.2.1 Antecedentes Investigativos

En la Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación en la Universidad Central del Ecuador en la tesis de Pabón Morales, Norma Elizabeth cuyo tema “Las estrategias orales en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes de noveno año de educación básica en la Unidad Educativa “Theodore Wilbur Anderson” en el año escolar 2011- 2012, tiene la siguiente conclusión:

Las estrategias utilizadas por los docentes, en la gran mayoría de las ocasiones no permiten que el estudiante tenga una actitud activa, lo cual ocasiona que la materia de inglés no tenga mayor relevancia y en ocasiones sea aburrida, ya que solo se maneja el texto para enseñar inglés, cabe recalcar que para una buena enseñanza es necesario que se utilicen todas las estrategias que estén al alcance para que las personas que están en el proceso de aprendizaje puedan lograr el objetivo de instruirse en una lengua que la pueda desarrollar en todos los ámbitos en los que se desenvuelva, puesto que, vincularse con las personas que manejen

el idioma inglés hará que el personal del hotel Mantahost pueda tener una práctica constante y se lo realice con frecuencia, siempre y cuando se le dé la importancia que conlleva la misma aplicando todos los conocimientos adquiridos.

En la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencia de la Educación en la Universidad de Cuenca en la tesis de León Ana; Mejía Silvio con el tema: Propuestas de comunicación interna para la I. Municipalidad de Cuenca, tiene la siguiente conclusión: La comunicación interna, es entendida como el mecanismo de mantener informado a los miembros de una organización sobre las actividades que cumple la misma.

Según la conclusión indica que una excelente comunicación dentro de la organización hará que se puedan alcanzar los objetivos de una forma simultánea, porque todos estarán informados y sabrán hacia donde están direccionados, además crearan un ambiente de armonía sin excluir a ningún miembro de la empresa, llegando a obtener personal competitivo y responsables en las labores encomendadas.

4.2.2 Fundamentación legal.

Según la Constitución del Ecuador (2008), Título VII, capítulo primero, sección primera en el art. 347; Literal 10: “Asegurar que se incluya en los currículos de estudio, de manera progresiva, la

enseñanza de al menos una lengua ancestral”, es necesario que se incluya el aprendizaje de al menos otra lengua adicional de la materna, así mismo, las personas deben motivarse y realizar cursos que aporten en la enseñanza de otro idioma, de esta forma las personas serán competitivas y podrán desenvolverse en cualquier ámbito laboral.

Según la Constitución del Ecuador (2008), Título II, capítulo segundo, sección tercera en el art. 16; literal 1: “Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”, todas las personas poseen el derecho de una comunicación independiente y en la parte laboral, las empresas deben valorar las opiniones de los empleados, así como también motivarlos, incentivarlos e incluirlos en los diferentes procesos que tenga la organización, haciendo que las personas puedan plasmar todos los conocimientos adquiridos y mejorando su productividad, ya que de eso dependerá el alcance de los objetivos.

4.2.3 Fundamentación filosófica.

Según Bongaerts (1989) indica que “No es solamente una cuestión fisiológica la que restringe la habilidad para aprender otro idioma a cierta edad, sino que también deben tomarse en cuenta otros factores relacionados directamente con la edad”, es decir que a

medida que pasa el tiempo existen más causas que influyen en el aprendizaje de una segunda lengua como la motivación, la integración con personas de habla extranjera, la disponibilidad de tiempo para estudiar y practicar, y el temor a hacer el ridículo, entre otros. En ocasiones no solo importa la edad que la persona tiene, sino más bien el interés que le dé a lo que desea aprender y hacerlo parte de la vida cotidiana.

Para Kreps (1990) indica que “es el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas”, en toda organización es de vital importancia que exista comunicación entre todos los empleados para de esta forma mejorar la calidad de productividad en cada uno y que de esta forma el clima laboral sea bueno y no se torne cansado, logrando transmitir una excelente información dentro de la empresa hará que el servicio que se le da a los clientes sea satisfactorio y cumpla con los objetivos propuestos.

4.2.4 Fundamentación teórica.

4.2.4.1 Idioma Ingles

4.2.4.1.1 Historia del idioma inglés.

El uso del inglés ha sido muy importante de acuerdo a muchos comentarios de los historiadores. De acuerdo a los académicos surgen cambios en los idiomas, esto imposibilita muchas veces

la comunicación e influye en las otras culturas, la razón es difícil la comprensión con los demás cuando ni siquiera se sabe cuál es el mensaje de codificado. Esta forma de pronunciar fue por muchos siglos la lengua dominante de la educación, religión, el comercio y en el gobierno en gran parte del mundo, a la final fue desplazado por idiomas como el italiano y el francés.

Desde entonces el idioma ingles se ha convertido en la principal destreza de comunicación con personas de otros países, dentro del mundo globalizado en que vivimos, hoy se lo considera como el idioma total de comunicación por excelencia y se ha convertido en una necesidad para desarrollar actividades profesionales, empresariales entre otras.

Las personas que dominen este idioma tienen ventajas y oportunidades que el resto de las personas no poseen, en estos momentos resulta imprescindible aprender inglés, porque se lo emplea en casi todas las áreas del conocimiento y desarrollo humano. Prácticamente puede afirmarse que se trata de un lenguaje universal, ya que se está en la era del siglo XXI.

4.2.4.1.2 Definición del idioma inglés.

El idioma ingles es una lengua que se ha desarrollado hasta llegar ser considerada como parte del ser humano la cual se debe practicar en conjunto con su lengua materna en la

actualidad por tener una amplia gama empresarial a nivel nacional e internacional, sin embargo existen personas como los empleados del Hotel Mantahost que no cuentan con los materiales suficientes para la capacitación y obtención de conocimientos.

Por otro lado, la preparación y excelente manejo del idioma inglés ayudara que se puedan entablar diálogos con aquellas personas que manipulen bien el idioma, incluso siendo este un gran desafío. El conocimiento del inglés adquiere una presencia decisiva en la vida futura, la cual debe de ir simultáneamente con la ciencia, técnica y tecnología. La metodología de la enseñanza de las lenguas extranjeras corresponde a una necesidad, pero aún está lejos de haber aportado suficientes soluciones para lograr un aprendizaje con mayor calidad, rapidez, eficiencia y esfuerzos.

Para Murado Bou, José Luis (2012) indica, “La adquisición de una lengua extranjera es un proceso lento que atiende a un conjunto de mecanismo que tienen lugar en la evolución psíquica y mental de toda persona”. Hoy en día la mayoría de las instituciones colocan como referencia conocer el inglés básico en la presentación del curriculum para la obtención de un empleo, esto ayudara a las empresas tener un equipo con diferentes características que ayuden al desenvolvimiento de varias

actividades en las distintas áreas, siendo un grupo competitivo, por tanto, la destreza de saber otro idioma ayuda a que las personas puedan crear un buen clima organizacional y por ende, la productividad del aprendizaje. Es así que, gracias al intercambio comercial y académico surge la necesidad de instruirse.

4.2.4.1.3 Objetivo general del idioma inglés.

El objetivo general corresponde a práctica de desarrollar las cuatro habilidades básicas como son: auditiva, oral, de lectura y escritura, y también todas las estrategias que la persona desee incluir en el proceso de aprendizaje, desarrollando diferentes tácticas de comprensión tales como: deducir el significado de nuevas palabras, expresiones del texto y realización de resúmenes (pensar en el idioma que se aprende), etc. Dicho estudio toma tiempo que depende de la capacidad de las personas.

4.2.4.1.4 Importancia del idioma inglés.

El conocimiento del idioma inglés es utilizado porque en la mayoría de las instituciones y empresas mantienen relaciones de comercio o industriales con otras firmas extranjeras, por transacciones comerciales de importación o exportación. Las mismas permiten una participación espontánea y consciente de los empleados realizando la competencia comunicativa con

mayor fluidez y coherencia en la expresión oral. Para facilitar esta intercomunicación que mayoritariamente es de mucho valor, es necesaria la práctica en una lengua común que por lo general es el inglés.

En la actualidad, existe mucha demanda de personas con conocimiento básico de inglés, como es en las áreas de: recepción, camarería, restaurante del Hotel Mantahost a quienes se les crea la emergencia de dominar este idioma por las funciones que les toca desempeñar, las mismas que están vinculada a la constante comunicación con clientes, proveedores, organizaciones, instituciones y empresas privadas, con las que se relaciona nacional e internacionalmente, de tal manera, que los conocimientos del inglés son imprescindibles.

Según Kammerman, Stacey (2009) manifiesta en su libro; “El mayor problema de las personas que se enfrentan a aprender un nuevo idioma es su propio miedo”. Es por esta razón, que en el área de recepción se obstaculiza la comunicación cuando llegan personas del exterior, pues, solo saben preguntar o decir cosas básicas, pero cuando el huésped desea seguir dialogando o realizar otras preguntas no pueden por la falta de práctica en la fluidez en dicho idioma. Por lo tanto, para otras empresas los/as empleados/as que aportan con un mayor número de conocimientos en el desempeño de sus funciones tiene

probablemente más oportunidades de ascender y ser reconocidas su labor por su eficiencia, eficacia y sobre todo por sus amplios conocimientos y lenguas practicadas.

La incursión del inglés en las labores diarias, se constituye fundamentalmente importante, debido a que podrá desenvolverse dentro de este ámbito con desprendimiento y naturalidad absoluta, ya que si tiene que resolver asuntos con personas extranjeras o cuando tenga que transcribir o traducir algún documento relacionado a la empresa o institución en este idioma, lo podrá realizar de una forma segura haciendo que las relaciones internacionales se den con éxito.

4.2.4.1.5 Exigencia del idioma inglés.

En los actuales momentos la sociedad exige un proceso de aprendizaje permanente, desarrollo de técnicas, estudios muy diversos, es decir que la persona que se desempeña en cualquier plaza laboral, debe someterse a una intacta modernización y especialización de conocimientos, lo que le permitirá actuar con eficiencia, eficacia en sus actividades diarias. La actualización y capacitación ayuda a disponer de otros conocimientos debido a que las exigencias institucionales y empresariales cambian continuamente, asimismo, conocimientos en ortografía, gramática, redacción, y computación son requerimientos esenciales para poder desenvolverse asegurando

el éxito profesional y personal a través del servicio de calidad que brinde al usuario de la empresa donde labora, es decir que el cliente se sentirá más seguro y totalmente satisfecho con el servicio que se le está ofreciendo y resaltando el personal de calidad con el cual la empresa cuenta.

4.2.4.1.6 Características del idioma inglés.

Existen diversas características por la cual las personas que están en pleno aprendizaje les resulta difícil practicar este idioma, de esta misma forma a ellos también les cuesta aprender nuestra lengua materna como es el español a continuación veremos unas características del idioma inglés como son:

- El idioma inglés es la lengua de ciencia y tecnología por lo que se ha convertido en la lengua internacional.
- Este idioma presenta diferencias entre pronunciación y escritura en consonantes y vocales.
- Al momento de la escritura muchas palabras son muy diferentes a su pronunciación o existen palabras parecidas porque no es un idioma fonético como el español.
- En cuanto a las variedades dialécticas, el inglés en Norteamérica cuenta, al menos, con seis variedades dialectales de extensión desigual, como se pueden oír a los habitantes del norte, sur, este, oeste, centro del país.

- El alfabeto inglés como es de dominio público contamos con veintiséis letras, cinco son vocales, veinte consonantes y una – y - semivocalica, las que nos dan cuarenta sonidos.

4.2.4.1.7 Factores que intervienen en el aprendizaje del idioma inglés.

Existen diversos factores que intervienen en el aprendizaje del idioma inglés pero los que son de mayor relevancia son tres como son: cognitivos, afectivos y de personalidad.

- El factor **cognitivo** es donde la persona tiene distintos estilos de aprendizaje para receptar la información ya sea visual o auditiva, las cuales pueden organizarse en independientes, analíticos o sintéticos, reflexivos o impulsivos.
- El factor **afectivo** aquí la motivación juega un papel importante, ya que ayuda a que la persona pueda rendir con un mejor aprendizaje ya sea a largo plazo o a corto plazo.
- El factor de **personalidad** se relaciona mucho con la autoestima y el auto eficiencia que posee el ser humano, en la cual pueden desarrollar las diferentes habilidades y capacidades para un mejor aprendizaje.

Para Murado Bou, José Luis (2012) En su libro: “La inteligencia, la aptitud y la personalidad, la motivación y la edad son aspectos que influyen en mayor o menor medida a la hora de aprender otra lengua”. Por esta razón, es muy significativo la experiencia

de conocer cualquier otra lengua y sea el estilo que apliquen es el hecho de que las personas usen las diferentes estrategias que existen a la hora de educarse, y que todas ellas puedan contribuir al aprendizaje, de esta forma poder ejercer con mayor eficacia al momento de atender a pasajeros de otros países, es así como, existen empleados del hotel Mantahost que no desean aprender otro idioma por la edad.

4.2.4.1.8 Ventajas y desventajas de aprender un idioma.

Las personas tienen poco tiempo y falta de motivación para aprender un segundo idioma. Existen ventajas y desventajas que ofrecen al aprender otra lengua y que permite alcanzar los objetivos personales con un alto rendimiento académico, entre los que podemos enumerar son:

- Ventajas.

- a) Desarrollar confianza.

Aprender un idioma es dedicar el tiempo que permita progresar a un ritmo, permitiendo estar activo en las actividades normales con la confianza de realizar el objetivo propuesto, obteniendo mejores resultados.

- b) Vivir, trabajar o estudiar en el extranjero.

Esto ayuda a complementar metas de viajar, estudiar o emigrar por trabajo si uno tiene un dominio intermedio del idioma, esto hace conservar, descubrir funciones de la vida.

c) Descubrir nuevas amistades y culturas.

Cuando se estudia idiomas fuera del país es interesante ver cómo hacemos amistades con gente de otros países e idiomas por medio del inglés, así como también de aprender costumbres de las otras culturas.

d) Da un impulso a tu carrera.

El hablar al menos dos idiomas ayuda a encontrar un buen trabajo. Los aspirantes con amplios conocimientos de idiomas son demandados en todas las empresas porque están incursionando a nivel internacional, es por eso que esperan que sus empleados sean capaces de comunicarse con personas de todo el mundo.

- Desventajas.

a) No Dominar la Lengua Nativa.

Si bien es cierto, las personas que aprenden otro idioma, logran dominar ambas lenguas sin ningún inconveniente, aunque también puede darse el caso de la confusión de idiomas provocando que no alcance un nivel satisfactorio en su lengua nativa, ejemplo los mexicanos hablan spanglish.

b) Nadie más Habla el otro Idioma.

Muchas veces el círculo social o familiar en que las personas se desenvuelven no hay nadie más que hable inglés, por tal razón cuando intenta utilizar esta lengua puede recibir

críticas o comentarios negativos que desmotivan el aprendizaje.

c) Problemas Comunes Magnificados.

Como es de conocimiento al aprender este idioma existe dificultad en la pronunciación de algunas palabras o la conjugación de verbos. Sin embargo, cuando la persona está aprendiendo otras lenguas, este inconveniente se verá aumentado por la combinación de lenguas al momento.

d) Difícil de aprender.

Sentirás dificultades a la hora de comprender el idioma, en el transcurso de aprendizaje tomara algunos años para obtener la fluidez necesaria para entender y hablar el idioma. Las ventajas y desventajas de aprender un segundo idioma son muy diversas por esta razón es fundamental tener motivación suficiente para poder seguir adelante.

4.2.4.1.9 Habilidades para el aprendizaje del idioma inglés.

Para Said Hung, Elias (2014) dice: (...) una persona que desarrolla competencias comunicativas en inglés tiene acceso de inmediato a las ideas más innovadoras (...) El progreso de la tecnología ha permitido que el aprendizaje de otros idiomas sea más interactivo y dinámico es por esta razón que estas habilidades se las debe desarrollar de una manera correcta, esto es posible con la práctica diaria y la dedicación que se le dé a cada destreza, ya que aprendiendo otra lengua surgirán nuevas

ideas y conocimientos. Existen cuatro habilidades básicas que conlleva la enseñanza del idioma inglés tales como:

- Escuchar.

No solo se trata de escuchar sino también de entender la comunicación, percibir las expresiones, oraciones de lo que habla el público y las personas de acuerdo a su contexto situacional. Existe una gran diferencia entre el oír y el escuchar, el oír es simplemente percibir vibraciones de sonido, mientras que escuchar es entender, comprender o dar sentido a lo que se oye como por ejemplo escuchar las pausas relevantes, el tono de voz, el acento, la entonación mientras se escucha lo que la otra persona nos quiere comunicar.

- Hablar.

La interacción que existe en conversar hay detalles, experiencias, también describimos sentimientos, reacciones y a veces ocurrencias impredecibles en la entonación y el ritmo, por lo que las acciones de influencia dependen de la educación de la persona, el mensaje puede ser decodificado al saber el contexto del cual estamos conversando.

- Leer.

Cuando uno no comprende lo que lee, probablemente se desmotiva, o en ocasiones pierde el gusto por la lectura. La práctica de la lectura desarrolla la capacidad de observación,

atención, concentración, análisis y crítica, además de generar reflexión y diálogo. A través de la lectura uno puede divertirse, reflexionar, estimular y satisfacer la curiosidad sobre los temas de interés

- Escribir.

Es la forma de expresar los pensamientos más detallados y complejos, depende mucho del interés la pertinencia y la narrativa para poderla convertir en un ensayo, experimento e investigación que puede ser de fantasía, realidad, ficción, etc. Al redactar se lo debe hacer en forma secuencial y concreta que tenga el texto.

4.2.4.1.10 Funciones del idioma inglés.

Para Diana Tejeda (2014) indica: “La función del lenguaje se define como el propósito que se tiene al decir una frase, expresión o palabra”. Es decir, al aprender este idioma permite desarrollar conversaciones, entender lo que se escucha y hasta redactar conscientemente lo que se quiere transmitir, es por esta razón que las funciones que se muestran a continuación esclarecerán y causaran el deseo de cultivarse en conocimientos.

- Facilitar una vía para estudios en educación, para quienes deseen realizarlos.

- Desarrollar sus competencias lingüísticas de tal forma que se conviertan en personas exitosas del idioma.
- Proveer el desarrollo de los procesos cognitivos de las estrategias de aprendizaje de su propia dialéctica.

4.2.4.2 Comunicación Interna.

4.2.4.2.1 Historia de la comunicación interna.

La comunicación interna comienza a integrarse en los organigramas de las empresas en los años 70, tanto en Estados Unidos como en Europa, siempre asociadas a las estrategias de recursos humanos. En un principio, se focalizó en difundir de forma vertical información de tres tipos: laboral, operativa y organizacional, es decir, información sobre condiciones de trabajo, salarios, normativa, etc. De esta manera, se consiguió establecer una relación fluida entre todos los trabajadores de la empresa.

A mediados de los años 90, se desvincula los recursos humanos y pasa a integrar, junto con la comunicación externa, la estrategia de comunicación corporativa. Desde entonces hasta hoy en día, las organizaciones han puesto especial énfasis en la direccionalidad de la comunicación, es decir, en establecer una retroalimentación activa con sus empleados, para motivar y dinamizar su labor diaria.

4.2.4.2.2 Definición de la comunicación interna.

La comunicación interna es un fenómeno que ocurre en todas las organizaciones, ya sea de forma natural o intencionada, en la cual una fuente transmite un mensaje a un receptor con la intención consciente de afectar su conducta posterior. Para Apolo Diego; Murillo Hernán; Et. al. (2014) indica en su libro; (...) “aquí se maneja también una elección de medios idóneos donde se colocarán productos comunicacionales con el fin de cumplir un objetivo ya sea este de informar, recordar o persuadir”.

En la actualidad, todas las empresas e instituciones se enfocan en lograr competitividad, eficiencia, éxito y crecimiento, es decir, que esta comunicación está dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador y nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido, es por ello que para lograr una comunicación con todos sus empleados muchas optan por usar sistemas o métodos para que el mensaje les llegue a todos ya sea por correo, radios, entre otros.

En muchas ocasiones, se piensa que comunicar no es más transmitir algo a alguien, sin embargo va mucho más allá de la simple información sobre un hecho o idea que se tenga que

aportar. La comunicación, en general, es el proceso de transmitir ideas, pensamientos, información, emociones, etc.

4.2.4.2.3 Objetivos general de la comunicación interna.

El objetivo de la comunicación interna es informar al personal de las noticias que suceden en la empresa, por lo cual nos hemos planteado algunos niveles de objetivos que ayudan al intercambio de información entre los miembros de una organización tales como:

- A nivel **Relacional** en la cual se busca una interacción fluida entre los empleados y empleadores del Hotel Mantahost, por medio de canales adecuados entre los niveles de la compañía.
- A nivel **Operativo**, la misma que facilita la circulación e intercambio de información entre todos los miembros de la empresa permitiendo un funcionamiento más ágil.
- A nivel **Motivacional** cuyo objetivo es ocasionar y dinamizar la labor de los miembros de la organización, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable y haciendo que se elaboren trabajos de calidad y mejoren la productividad y competitividad de la empresa.
- A nivel **Actitudinal** el mismo que intenta obtener la aceptación y la integración de los empleados y también una imagen favorable para la empresa.

4.2.4.2.4 Importancia de la comunicación interna.

Según Cecilia Nicolini, Juan Parodi (2015) En su libro: “La comunicación es el vehículo por el cual se transmite la información, se comparten ideas, información y mensajes”. Sin comunicación es imposible que todos los miembros de la organización vayan en la misma dirección, además, si esta no es la adecuada resultará imposible incorporar los esfuerzos para que la empresa alcance el éxito, se truncarán los planes y se imposibilitará alcanzar los objetivos.

Así mismo, cabe recalcar que la comunicación interna es de vital importancia en una empresa, la cual ayuda a mejorar la efectividad de la compañía, es decir mientras más información tengan los trabajadores, mejorará su trabajo en equipo y su trabajo individual. Los empleados se sentirán integrados plenamente en la organización y por tanto, se comprometerán con ella. Siempre se debe mantener informado a los trabajadores de todo lo que sucede en la empresa ya que le permitirá resolver algún problema de una forma más efectiva.

4.2.4.2.5 Modalidades de la comunicación interna.

Se encuentran dos modalidades de comunicación: la comunicación vertical ascendente y la descendente.

- Comunicación vertical ascendente.

Es la que se forma verticalmente de abajo hacia arriba, es decir, se origina en los empleados y finaliza en los directivos.

El fin de este tipo de comunicación es que los superiores conozcan los problemas de los trabajadores de primera mano, tanto sus quejas como sus ideas y sugerencias. Del mismo modo, gracias a la misma se consigue que los empleados se sientan parte de la organización.

- Comunicación vertical descendente.

Es la que tiene su origen en los directivos y su fin en los trabajadores. Por razones obvias, este tipo de comunicación es más habitual que la ascendente. Su finalidad es informar a los trabajadores o subordinados de los objetivos de la empresa, así como de las tareas que se deben realizar para conseguirlos.

4.2.4.2.6 Características de la comunicación interna.

La comunicación interna no es más que aquella establecida por la interrelación entre todos los miembros de una organización y en todos los niveles de su organigrama, existen algunas características entre ellas encontramos las siguientes.

- Se deben conocer de manera segura cual es el mensaje que se quiere emitir.

- Se deben seleccionar los medios adecuados para transmitir el mensaje.
- La comunicación debe ser asertiva, es decir, no solo debe ser en cuanto ha contenido sino que también contenga elementos motivadores.
- La comunicación debe ser multidireccional, es decir ascendente, descendente, participando todos los miembros de la organización.
- Se debe potenciar la comunicación con el uso de nuevas tecnologías, pero siempre dejar abierto otros canales de comunicación.

4.2.4.2.7 Elementos de la comunicación interna.

La comunicación interna nos permite la transferencia de un mensaje, a través de algunos elementos que tienen una función dentro de la actividad comunicativa, la misma que, permite el entendimiento del mensaje que se desea transmitir, las cuales son:

- Emisor: Puede tratarse de cualquier individuo de la organización, del mismo modo es la fuente de comunicación que desea transmitir un pensamiento a otros.
- Mensaje: Es toda la información que se transmite y si se logra una comunicación exitosa, será también todo lo que se reciba del receptor.

- Código: La forma en que se estructura el mensaje, incluyendo la habilidad, la actitud y la cultura.
- Canal: Es el medio por el que es transmitido el mensaje.
- Receptor: Es el sujeto a quien se dirige el mensaje. Pero antes de que esto ocurra el sujeto debe decodificar el mensaje para lo que se requieren habilidades, aptitudes y conocimientos previos.
- Retroalimentación: Es el elemento que indica si hubo éxito o no en el proceso. Se medirá si una información llegó bien o no si se recupera una respuesta.
- Ruido: Todo aquello que entorpece la comunicación, ya sea en el emisor, receptor o en la transmisión.

4.2.4.2.8 Tipos de comunicación interna.

La comunicación puede tener varias clasificaciones, de acuerdo al grado de interacción podemos encontrar:

- Comunicación directa.
Es desarrollada entre el emisor y el receptor de forma personal, cara a cara.
- Comunicación indirecta.
Se realiza a través de una herramienta o un medio, ya que el emisor y el receptor no están en el mismo espacio.

Así mismo, la comunicación interna puede estar clasificada entre formal e informal, diferenciándose en que la primera está dirigida a aspectos laborales únicamente y debe cumplir con unas normas y procedimientos, mientras que la segunda a pesar de que está referida a aspectos de la empresa no utiliza canales oficiales.

4.2.4.2.9 Ventajas y desventajas de la comunicación interna.

Gran parte de los problemas internos de las organizaciones están directamente relacionados con una mala comunicación interna y el no resolverlos termina afectando a otras áreas de la organización, es por esta razón que se muestran algunas ventajas y desventajas que permite que el ambiente se vaya debilitando.

- Ventajas.
 - a) Contribuye a la trasmisión de la identidad corporativa entre los empleados.
 - b) Promueve la confianza y un clima interno positivo ya que facilita la comunicación constante entre directivos y empleados.
 - c) Permite el intercambio de información sobre las acciones de mejora y de control para cada proceso productivo.

- d) Informa a los empleados, de modo colectivo o individual, de las labores que la empresa realiza y de los objetivos que deben cumplir.
- e) Permite dar a conocer los logros de la empresa a cada uno de sus integrantes.
- f) Facilita el control de situaciones de crisis internas y externas ante situaciones de cambio de directivos o de estructura.
- g) Promueve una comunicación entre todos los niveles de la empresa.

- Desventajas.

- a) Desorientación cuando la empresa no comunica bien el mensaje que desea transmitir, si no hay una buena comunicación entre los empleados, cada cual entenderá las cosas a su manera.
- b) Cultura basada en la desconfianza es decir cuando nadie tiene clara cuál es la realidad, se genera problemas de desconfianza, conexión y credibilidad.
- c) Desmotivación y pérdida de productividad en los trabajadores cuando sienten que no están informados de lo que pasa y que sus opiniones o ideas no importan, dejarán de poner interés y pasión en lo que hacen y eso los convertirá en empleados pocos productivos.

- d) Deterioro del clima laboral cuando no se permite opinar y escuchar a los empleados, cualquier cosa puede acabar en negatividad, secretismos y chismorreo.

4.2.4.2.10 Funciones de la comunicación interna.

La comunicación interna tiene funciones principales, las mismas que sirven para cumplir con los objetivos, políticas, misiones y visiones de la empresa, al mismo tiempo que, otra de sus funciones principales es crear espacios de información, participación y opinión de los miembros de una organización. Existen diversas funciones en la comunicación interna entre ellas tenemos tres que son de mayor relevancia como son de: Información, Explicación e Interrogación.

- Información

Una buena información es imprescindible para que las personas estén motivadas al realizar su trabajo y lo desarrollen correcta y eficientemente.

- Explicación

Para que las personas puedan identificarse con los objetivos que persigue la empresa; deben conocer y comprender las razones de las órdenes que reciben y las discusiones que se toman dentro de la misma. Y todos los departamentos: deben estar informados puntualmente del funcionamiento de sus tareas.

- Interrogación

Fomenta la comunicación entre los distintos departamentos que componen el total de la organización, crea el hábito de hacer preguntas de aclaración, permite el intercambio de información y abre la posibilidad de diálogo entre sus miembros.

4.3 Preguntas de investigación.

Se determinan las siguientes preguntas directrices que encaminara a obtener un mayor enfoque acerca del planteamiento del problema:

- ¿Qué es el idioma ingles y la comunicación interna?
- ¿Cuáles son las características del idioma ingles y la comunicación interna?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del idioma ingles y la comunicación interna?
- ¿Que son las funciones del idioma ingles y la comunicación interna?

4.4 Justificación.

Se justifica que, el idioma ingles siendo una lengua muy importante en la sociedad, hoy en día es una herramienta que se debe poseer para el desarrollo profesional debido a que, las personas están sujetas a diversos cambios que el mundo empresarial ofrece. En este sentido al observar la falta de interés que se tiene en aprender otra lengua, se recomienda la aplicación de un manual, que permita al personal de servicio ser personas

competitivas con la finalidad que el esfuerzo que se obtenga con este aprendizaje quede implementado y se vea reflejado en una excelente atención al huésped, en especial al extranjero.

Con la aplicación del manual mejoraran las comunicaciones internas tales como huésped – empleado, es decir, que ya no resulte difícil el entendimiento y expresión de querer entablar conversación, diálogos, de suma importancia en el momento que se requiere para que se encuentre en mayor confianza. Sin embargo, podemos recalcar que el idioma inglés es catalogado como el más hablado a nivel mundial, comprobando las dificultades que el personal del Hotel Mantahost posee al conversar y expresarse de forma oral, surge la necesidad de realizar el presente trabajo investigativo.

Esta investigación no solo busca dar a conocer el problema que hoy en día existe una falta de conocimiento del idioma inglés sino más bien sugerir estrategias a través de un manual que se oriente y asegure su desarrollo laboral, involucrando las principales destrezas de leer, escribir, escuchar y hablar. Con esto se da una excelente atención y hará que el Hotel Mantahost sea un lugar muy acogedor para los turistas que visitan la ciudad haciendo que se cumpla de una u otra forma con todos sus objetivos y metas propuestas.

El estudio de la investigación será trascendental; debido a que los resultados se verán reflejados en el personal de la empresa, convirtiéndose

en un hotel con mayor reconocimiento y con empleados altamente productivos; se fomentará el trabajo en equipo y la comunicación; existiendo un incremento en la productividad con la motivación y elevando su autoestima se sentirán capaces de realizar sus actividades laborales, donde existirá una mayor organización y ejecutaran las tareas con eficiencia, y será factible porque no demandara altos costos financieros siempre y cuando este sea un requerimiento de la institución.

4.5 Metodología.

La presente investigación se considerara hacer uso de los diferentes tipos y diseños, el cual permitirá tener una visión específica del estudio que se va a realizar, observar de una forma más profunda la problemática y descubrir las causas, para así determinar la solución al problema.

a) Diseño de estudio.

Esta investigación es netamente **descriptiva** porque se somete a las necesidades de un grupo de individuos por la falta de conocimientos del idioma extranjero en donde ellos experimentan la práctica día a día con los diferentes turistas. Así mismo la investigación **explicativa**, porque se describen la falta de conocimientos de idioma inglés y esto se debe por lo que el personal del Hotel Mantahost no está totalmente capacitado y no todas las personas tienen estudios superiores.

Método.

Para el proceso de investigación se utilizará el siguiente método que es indispensable conocer el camino y el proceso que se va a elaborar, los cuales permitirán realizar el estudio del problema mediante los métodos que se van a efectuar: **Método analítico**, la cual al momento que se planteará la investigación se identificarán de manera inmediata las partes del problema y las causas que el Hotel Mantahost tiene, estableciendo así las causas y efecto del mismo.

El **método sintético** el cual realizara el análisis de elementos a investigar en el proceso de estudio, el cual permitirá definir con claridad los diferentes temas a investigar, asimismo facilitar la comprensión del problema. También el **método cualitativo**, el mismo que nos permite ver de una manera más profunda las características de los temas a investigar, de tal manera que el significado de cada ellos nos ayudara a entender la problemática.

Técnicas.

Para el logro de información es indispensable utilizar las técnicas de **observación** la cual mediante esta técnica utilizada en la investigación ha permitido detectar las diferentes falencias que existe en el hotel Mantahost, la misma que da la oportunidad de realizar procesos desde una perspectiva factible.

b) Sujeto y tamaño de la muestra.

El universo del objeto de estudio es el Hotel Mantahost y los sujetos que participan en este proceso investigativo son: personal de recepción, de camarería y de restaurante. Así mismo, es necesario determinar la muestra de 13 sujetos; 3 de recepción, 2 de camarería y 8 de restaurante, la misma que ayuda a desarrollar de forma más profunda la investigación para ir estableciendo soluciones a la problemática que se encuentra.

c) Definición de variable. (variable independiente y variable dependiente).

Variable Independiente: El inglés es el idioma más hablado en el mundo, por detrás del chino y del castellano, la gente elige este idioma para comunicarse internacionalmente y por ende también es el idioma que más se enseña alrededor del mundo, porque es la lengua que más puertas laborales y de oportunidades abrirá.

Variable Dependiente: La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

4.6 Resultados esperados.

Este trabajo conllevará a realizar nuevas investigaciones como maestría o publicación de artículo, analizando las variables el idioma inglés y la

comunicación interna en el personal del hotel Mantahost, permitiendo incrementar los conocimientos y planteando a modo de propuesta una alternativa de solución que permita el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Apolo Diego; Murillo Hernán; Et. al. (2014), “Comunicación 360 herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad”, S. Edic, Editorial FCSC, Quito – Ecuador.
- B. GUELL, FRANCISCO (2011), “Aprenda ingles con la ayuda de dios”, S/Edic, Editorial Casa Creación, Florida.
- Barrios Espinosa, Elvira (2013), “Aprendizaje del inglés mediante Tell Me More”, S. Edic, S. Edit, España
- Bustínduy, Iñaki (2010), “La comunicación interna en las organizaciones 2.0”, Primera Edición, Editorial UOC, Barcelona.
- Costa, Joan (2006), “Imagen corporativa en el siglo XXI”, S. Edic, Editorial La crujía ediciones.
- Díez Freijeiro, Sara (2010), “Técnicas de Comunicación. La comunicación en la empresa” 1.ª Edición, Ideaspropias Editorial, España.
- Durán Martínez, Ramiro (2004), “Habilidades comunicativas en las lenguas extranjeras”, S. Edic, Editorial OMAGRAF, S.L, España
- Enrique, Ana María (2008), “La planificación de la comunicación empresarial”, S. Edic, S. Edit, Barcelona.

- GUILLERMO, Marcos (2011), “Como aprender un idioma el caso del inglés”, S/Edic, S/Edit, Estados Unidos de América.
- KAMMERMAN, Stacey (2009), “Ingles para la vida”, S/Edic, Editorial Kamms, Atlantic.
- L. Kreps, Gary (1990), “Organizational Communication. Theory and Practice”, Segunda Edition, Editorial Longman.
- León, Ana; Mejía, Silvio (2010), “Propuesta de comunicación interna para la I. Municipalidad de Cuenca” Cuenca – Ecuador.
- Murado Bou, José Luis (2010), “Didáctica de inglés en educación infantil. Métodos para la enseñanza y el aprendizaje de la lengua inglesa, 1.^a Edición, Editorial Ideaspropias, España.
- Nicolini, Cecilia; Parodi, Juan (2015), “Comunicación interna en la Administración pública española. Claves para innovar”, Primera Edición, Editorial Ulzama, España.
- Pabón, Morales; Norma, Elizabeth (2013), “Las estrategias orales en el aprendizaje del idioma ingles en los estudiantes de noveno año de educación básica de la unidad educativa “Theodore Wilbur Anderson” en el año escolar 2011 – 2012”, Quito.
- Rueda, María; Wilburn, Marianne (2014), “Enfoques teóricos para la adquisición de una segunda lengua desde el horizonte de la practica educativa”, México.
- Said Hung, Elias; Valencia Cobo, Jorge (2014), “Modelo de orientación vocacional para instituciones educativas en Colombia”, S. Edic, Editorial Universidad del Norte, Barranquilla – Colombia.

- Sánchez pacheco; Estefanía Alexandra: (2008), “Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de información y facilitación turística ubicado en la ciudad de manta”, Quito – Ecuador.
- SEMPLADES: (2009), Plan nacional para el buen vivir, Segunda Edición, S. Edit, Quito – Ecuador.
- Tejeda, Diana (2014), “Como aprender Inglés”, S. Edic, S. Edit, California – Usa.
- WEAL, Elizabeth (2010), “Gramática del inglés: Paso a paso, Volumen 1”, S/Edic, S/Edit, Mexico.
- Zambrano Navarrete, María Angélica; VERA SANCHEZ, María Fernanda: (2009), “idioma ingles utilizado para la redacción comercial y oficial en las instituciones cordese, hotel Haward jhonsson y plan internacional de la ciudad de Portoviejo y Manta y su importancia en las relaciones internacionales” Quito – Ecuador.

5.1 Web Grafía.

- Recuperado en: Ministerio de Educación, (2012), “Idioma Extranjero Ingles”, Chile.
www.docentemas.cl/docs/2013/Bases_Curriculares_Educacion_Basica_%20Ingles.pdf
- Recuperado en: Puello, Mirian (2013), “El inglés y su importancia en la investigación científica”, Colombia.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4694403.pdf>

- Recuperado de: Díaz Mejía, Diana Margarita (2014), “Factores de dificultad para el aprendizaje del inglés como lengua extranjera en estudiantes con bajo rendimiento en inglés de la universidad ICESI”, Cali.
<https://core.ac.uk/download/pdf/41977049.pdf>
- Recuperado de: Ongallo, Carlos (2007), “Manual de Comunicación”, Madrid.
<http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
- Recuperado de: Berceruelo, Benito (2011), “Comunicación interna en la empresas claves y desafíos”, España.
<http://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf1.pdf>
- Recuperado en: Morales Serrano, Francisca (2001), “La comunicación interna. Herramientas estratégica de gestión para las empresas”, Barcelona.
<http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>
- Recuperado en: Roldan Rosado, Valeria Estefanía (2014), “Campana interna y comunicación global para la empresa multinacional Grant Thornton Ecuador”, Quito.
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3283/1/110885.pdf>

6. ENUNCIACIÓN DE LA PROPESTA

Para mejorar la calidad del personal de las áreas de recepción, camarería y restaurante del hotel Mantahost, se propone realizar como estrategia, un manual que contenga frases y vocabulario que más se usan en la parte hotelera, así como también estructura gramatical que oriente la redacción de textos y permita establecer diálogos, mejorando la hospitalidad del cliente extranjero.

ANEXOS



Entrada del Hotel Mantahost



Restaurante



Área de la piscina



Personas conociendo las habitaciones