

El dominio del idioma inglés como factor determinante para mejorar el servicio de guianza en el destino turístico Montañita

*The influence of english language proficiency on the quality of tour guiding services in the Mtourist destination*

Mildred Girasol Acosta Mora, Jorge Fabricio Chávez Villavicencio, Soraya Yamil Triviño Bloisse

DIMENSIÓN CIENTÍFICA

Enero - junio, V<sup>7</sup>-N<sup>1</sup>; 2026

Recibido: 01-06-2026

Aceptado: 13-06-2026

Publicado: 30-06-2026

PAIS

- Guayaquil – Ecuador
- Guayaquil – Ecuador
- Guayaquil – Ecuador




INSTITUCION

- Universidad de Guayaquil
- Universidad de Guayaquil
- Universidad de Guayaquil

CORREO:

- ✉ girasol.acostam@ug.edu.ec
- ✉ fabricio.chavezv@ug.edu.ec
- ✉ soraya.trivinob@ug.edu.ec

ORCID:

-  <https://orcid.org/0009-0002-1350-9554>
-  <https://orcid.org/0009-0003-0589-1754>
-  <https://orcid.org/0000-0003-3809-9539>

FORMATO DE

Acosta, M., Chavez, J. & Triviño, S.. (2026). *El dominio del idioma ingles como factor determinante para mejorar el servicio de guianza en el destino turístico Montañita*. Revista G-ner@ndo, V<sup>7</sup> (N<sup>1</sup>). p. 6662 – 6680.

Resumen

La presente investigación se realizó en la comuna de Montañita provincia de Santa Elena, un destino de sol y playa muy concurrido y visitado por turistas extranjeros y amantes del surf; de los cuales solo la cuarta parte de ellos eran latinoamericanos e hispanoparlantes. Además, se pudo observar que en la comuna Montañita los servicios turísticos tenían alta demanda de parte de turistas angloparlantes sin embargo los guías no mostraban un dominio del idioma inglés dificultando el poder atender y satisfacer las necesidades del turista adecuadamente, afectando así la percepción del turista sobre la calidad del servicio turístico y perjudicando de cierta manera los ingresos económicos de la comuna; la cual casi en su totalidad depende del turismo y del flujo de visitantes que tiene. Esta investigación uso un enfoque cuantitativo, recopilando la información por medio de encuestas semiestructuradas aplicadas a 398 turistas y visitantes de la comuna de Montañita con el objetivo de demostrar como la falta del dominio del idioma inglés de los guías turísticos, afecta en la percepción del servicio recibido. Los resultados mostraron que la gran mayoría de los turistas calificaron como regular el servicio recibido y que los tour ofrecidos y dados por los guías turísticos eran en su gran mayoría dados parcialmente en ingles generando un grado de insatisfacción en el turista ya que toda la información proporcionada por el guía no llegaba de manera clara a su destinatario e incluso las preguntas hechas por los visitantes no eran respondidas adecuadamente. En conclusión, se demostró que existe una relación directa entre el dominio del idioma inglés y la calidad de servicio percibido por el turista.

**Palabras clave:** Dominio del idioma inglés, guías turísticos, calidad de servicio, guianza, satisfacción del cliente.

Abstract

This study was conducted in the Montañita community, located in Santa Elena Province, Ecuador, a highly visited sun-and-beach destination renowned for its international tourism and surfing activities. Only a quarter of its visitors were found to be Spanish-speaking Latin Americans, while a significant proportion consisted of English-speaking tourists. It was observed that tourism services in Montañita experienced a high demand from English-speaking visitors; however, many tour guides demonstrated limited English language proficiency, hindering their ability to adequately meet tourists' needs and expectations. This situation negatively affected visitors' perceptions of service quality and, consequently, the local economy, which is highly dependent on tourism activity and visitor flows. A quantitative research approach was employed, and data were collected through semi-structured surveys administered to 398 tourists and visitors. The study aimed to examine how tour guides' limited English proficiency influenced tourists' perceptions of the services received. The findings revealed that most respondents rated the quality of tour guiding services as moderate and indicated that tours were generally conducted only partially in English. This generated dissatisfaction among visitors, as information was not always communicated clearly and tourists' questions were not consistently answered effectively. The results demonstrated a direct relationship between English language proficiency and tourists' perceived service quality. Therefore, improving tour guides' English communication skills is essential for enhancing tourist satisfaction and strengthening the competitiveness of Montañita as an international tourist destination.

**Keywords:** English language proficiency; tour guides; tourism services; service quality; tourist satisfaction.

## Introducción

El inglés se ha convertido en el idioma universal de los negocios y en un elemento esencial en el perfil de muchos profesionales, desde cualquier punto de vista el manejo y dominio de otro idioma hace que el profesional sea valorado y considerado como un elemento necesario para el flujo de procesos, negociaciones e incluso las interacciones de carácter social que se requieren hoy en día a nivel de empresas. Siendo el turismo un negocio creciente y constante que beneficia a un gran grupo de personas, comunidades y países que basan su economía en el mismo; el hecho de que el profesional de guianza turística sea capaz de comunicarse no solo en su lengua materna sino también en una lengua extranjera despierta el interés del sector turístico por contar con personal más capacitado que brinde una experiencia satisfactoria y significativa al visitante.

La preocupación del mercado turístico de tener guías capacitados en lenguas extranjeras como el inglés, se extiende casi globalmente, tenemos por ejemplo el caso de un estudio realizado en la ciudad de Denpasar en Bali, Indonesia donde según sus autores (Supartini et al., 2024) nos indican a través de su estudio que la mayoría de guías turísticos consideran al inglés como importante, destacando las habilidades comunicativas y orales como el speaking como la más relevante debido a que estas facilitarían que el turista se conecte con el guía y con el lugar a visitar generando una experiencia satisfactoria.

Esto es apoyado por (Namtapi, 2022) quien realizó un estudio con los guías turísticos en Ayutthaya, la más famosa ciudad histórica de Tailandia, donde concluyó que el inglés y el dominio de las habilidades comunicativas como saludar, dar direcciones, proveer información y ofrecer o pedir ayuda en inglés, son una habilidad necesaria en los guías turísticos ya que los mismos no podían entender todo lo que el turista les indicaba o solicitaba ya sea por la velocidad en que les hablaban o por el acento con el que lo hacían, generando malestar en el turista extranjero.

Por otro lado, tenemos a (Ya-Yu, 2020) quien afirma que el inglés facilita los procesos comunicativos en el comercio incluyendo el turismo lo que fortalece la relevancia de este en los procesos de guianza turística y genera un buen desempeño del profesional del turismo. Lo cual es confirmado por un estudio realizado en Colombia por parte de (Hernandez Lastre, 2022) donde indica que los estudiantes deberían de aprender habilidades específicas que les permitan desempeñarse en su trabajo

De acuerdo a (Pizarro et al., 2021) en un estudio realizado en la ciudad de Machala, Ecuador los estudiantes de la carrera de hotelería y turismo muestran una alta preferencia hacia el estudio de inglés con fines específicos en este caso enfocado al mercado turístico directamente relacionado a la producción oral y a las habilidades auditivas, lo que nos indica que

---

la necesidad de mejorar el desempeño del guía turístico en relación al idioma es un deseo real del futuro profesional para mejorar su proceso de guianza turística.

(Martelo Gomez et al., 2022) afirman que el guía turístico es el encargado de que el visitante conozca sobre la historia, puntos de referencia y características culturales del lugar asistiendo al mismo durante su recorrido siendo el guía el responsable de que la experiencia del turista sea satisfactoria y en su estudio realizado en Cartagena de Indias, Colombia; ellos concluyeron que el manejo y dominio de un idioma es un aspecto de gran relevancia ya que gracias a esto se puede establecer una comunicación directa y despejar dudas del turista aplicando las técnicas más adecuadas de guianza.

La guianza turística de acuerdo con (Villacreses Chalen, 2025) “ha adquirido una relevancia creciente en los últimos años, consolidándose como un componente fundamental dentro del sector turístico y como eje central para el desarrollo integral de esta área” por ende tener un guía capacitado no solo con experticia turística sino también en lenguas se vuelve un factor determinante para el éxito en esta labor.

El Ecuador posee un potencial turístico que muchas veces se ve limitado por la falta de competencias básicas en los profesionales de turismo, si bien es cierto todos los conocimientos impartidos a los guías turísticos son de gran importancia y les sirven en su vida profesional, lo que realmente hace que destaquen en sectores específicos donde el principal turista no es el ciudadano local sino el extranjero, es el conocimiento de una lengua extranjera.

Según el (Mintur, 2026) el Ecuador recibió 1.372.751 extranjeros cerrando el año con un crecimiento de 8,7% si lo comparamos con el año 2024; siendo 515.565 ciudadanos estadounidenses, país angloparlante, los que ingresaron a Ecuador. Además, podemos incluir a países como Canada con 34.945 turistas y Reino Unido con 27647 turistas, donde la lengua materna es el inglés, y viendo que esta tendencia es creciente; el año 2026 va a presentar un número más elevado de turistas anglosajones.

Montañita de acuerdo con (Moreira Cañarte & López Reyes, 2026) tiene como su principal fuente de ingresos el turismo, mejorando con esto su economía local y creando trabajo para los comuneros mejorando así su calidad de vida, la afluencia de turistas ha generado que se optimicen servicios y que se construyan y mejoren las vías de acceso, generando que nuevos negocios nazcan y se beneficien los miembros de la comunidad y los turistas que la visitan.

### **Métodos y Materiales**

La guianza turística de acuerdo con (Villacreses Chalen, 2025) “ha adquirido una relevancia creciente en los últimos años, consolidándose como un componente fundamental dentro del sector turístico y como eje central para el desarrollo integral de esta área” por ende

---

tener un guía capacitado no solo con experticia turística sino también en lenguas se vuelve un factor determinante para el éxito en esta labor.

El Ecuador posee un potencial turístico que muchas veces se ve limitado por la falta de competencias básicas en los profesionales de turismo, si bien es cierto todos los conocimientos impartidos a los guías turísticos son de gran importancia y les sirven en su vida profesional, lo que realmente hace que destaquen en sectores específicos donde el principal turista no es el ciudadano local sino el extranjero, es el conocimiento de una lengua extranjera.

Según el (Mintur, 2026) el Ecuador recibió 1.372.751 extranjeros cerrando el año con un crecimiento de 8,7% si lo comparamos con el año 2024; siendo 515.565 ciudadanos estadounidenses, país angloparlante, los que ingresaron a Ecuador. Además, podemos incluir a países como Canada con 34.945 turistas y Reino Unido con 27647 turistas, donde la lengua materna es el inglés, y viendo que esta tendencia es creciente; el año 2026 va a presentar un número más elevado de turistas anglosajones.

Montañita de acuerdo con (Moreira Cañarte & López Reyes, 2026) tiene como su principal fuente de ingresos el turismo, mejorando con esto su economía local y creando trabajo para los comuneros mejorando así su calidad de vida, la afluencia de turistas ha generado que se optimicen servicios y que se construyan y mejoren las vías de acceso, generando que nuevos negocios nazcan y se beneficien los miembros de la comunidad y los turistas que la visitan.

### **Análisis de Resultados**

Luego de analizar los datos obtenidos de las 398 encuestas realizadas a turistas extranjeros que visitaron la comuna de Montañita en la provincia de Santa Elena, se obtuvieron los siguientes resultados.

#### **Pregunta 1. ¿Cuál es la nacionalidad de los turistas?**

**Tabla 1**

*Nacionalidad de los encuestados*

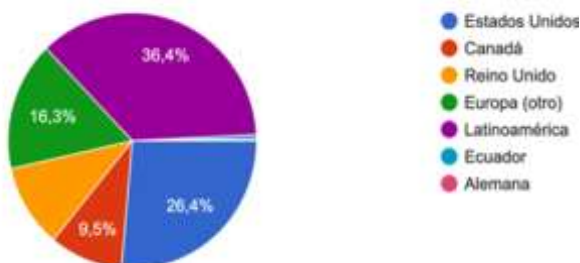
<b>Nacionalidad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Latinoamérica</b>	144	36,4%
<b>Estados Unidos</b>	105	26,4%
<b>Europa</b>	65	16,3%
<b>Reino Unido</b>	42	10,6%
<b>Canadá</b>	38	9,5%
<b>Otros</b>	4	0,7%

<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Nota:* Elaboración propia

### Figura 1

*Nacionalidad de los encuestados*



La gran mayoría de turistas que visitan la comuna es decir el 36,4% son de Latinoamérica, seguido por los estadounidenses con un 26,4%, europeos con un 16,3%, visitantes de Reino Unido con un 10,6% y canadienses con un 9,6%, destacando que los visitantes, los cuales, su lengua materna es el inglés, suman un 62,9% del total.

### Pregunta 2. ¿Cuál es su nivel del dominio del idioma inglés?

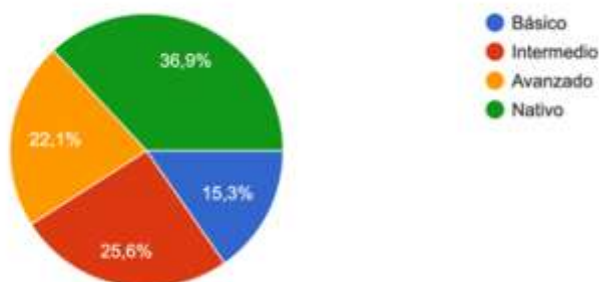
**Tabla 2**

*Nivel de dominio del inglés de los turistas*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
<b>Nativo</b>	147	36,9%
<b>Intermedio</b>	102	25,6%
<b>Avanzado</b>	88	22,1%
<b>Básico</b>	61	15,3%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 2** *Nivel de dominio del inglés de los turistas*



De acuerdo con los resultados podemos observar que 36,9% de los encuestados son angloparlantes nativos, seguidos por un 22,1% que tiene un nivel avanzado de dominio del idioma inglés, un 25,6% con un nivel intermedio y el 15,3% con un nivel básico de dominio del idioma inglés.

### Pregunta 3. ¿El recorrido fue realizado en inglés?

**Tabla 3**

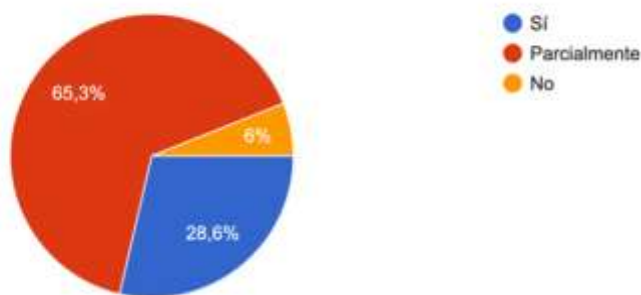
*Realización del recorrido turístico en inglés*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Parcialmente	259	65,3%
Sí	114	28,6%
No	25	6,0%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 3**

*Realización del recorrido turístico en inglés*



Se puede observar que el 65,3% de los recorridos realizados por los turistas tuvieron un guía turístico que lo realizó parcialmente en inglés, el 28,6% de los recorridos fueron realizados completamente en inglés por los guías turísticos y finalmente solo el 6% de estos no fueron realizados en inglés.

#### Pregunta 4. ¿Cómo evalúa la capacidad del guía para comunicarse en inglés?

Tabla 4

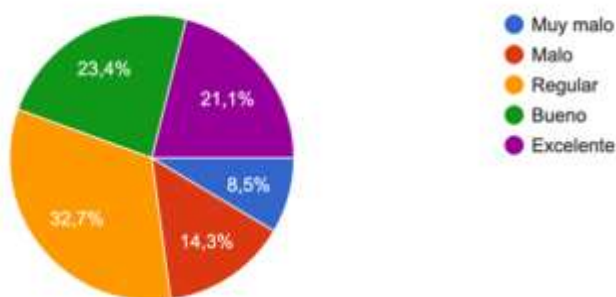
*Capacidad del guía para comunicarse en inglés*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	84	21,1%
Bueno	92	23,4%
Regular	130	32,7%
Malo	57	14,3%
Muy malo	35	8,5%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia

Figura 4

*Capacidad del guía para comunicarse en inglés*



El 32,7% de los encuestados consideran que la capacidad del guía para comunicarse en inglés era regular, mientras que el 23,4% la consideraban buena y el 21,2% excelente, por otro lado, el 14,3% consideraban mala la capacidad del guía para comunicarse en inglés y el 8,5% indicó que la capacidad en mención era muy mala.

#### Pregunta 5. ¿Qué tan claro fue el guía al explicar la información en inglés?

Tabla 5

*Claridad del guía al explicar la información en inglés*

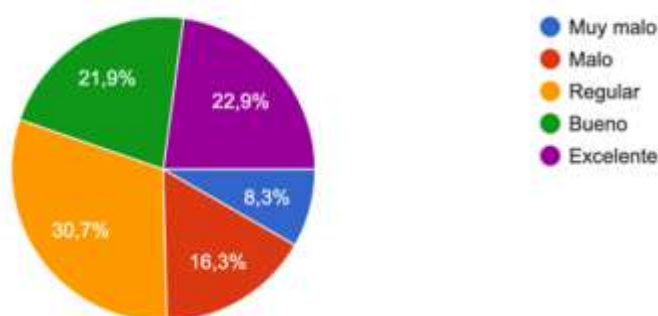
Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	91	22,9%

<b>Bueno</b>	86	21,9%
<b>Regular</b>	122	30,7%
<b>Malo</b>	65	16,3%
<b>Muy malo</b>	34	8,3%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 5**

*Claridad del guía al explicar la información en inglés*



En base a los resultados de las encuestas el 30,7% de los encuestados evaluaron como regular la claridad de lo explicado por el guía turístico, mientras que el 22,9% lo evaluaron como excelente y el 21,9% como bueno. En lo que respecta a la escala negativa; el 16,3% de los encuestados indicaron que la claridad en las explicaciones dada por el guía fue mala y el 8,3% la consideraron muy mala.

**Pregunta 6. ¿El guía pudo responder sus preguntas en inglés adecuadamente?**

**Tabla 6**

*Capacidad del guía para responder preguntas en inglés*

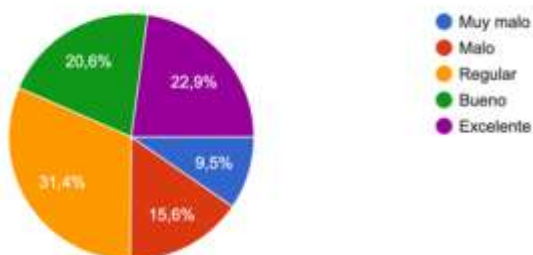
<b>Calificación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Excelente</b>	91	22,9%
<b>Bueno</b>	81	20,6%
<b>Regular</b>	125	31,4%
<b>Malo</b>	62	15,6%

<b>Muy malo</b>	39	9,5%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

Nota: Elaboración propia

**Figura 6**

*Capacidad del guía para responder preguntas en inglés*



Analizando la capacidad de los guías para responder las inquietudes de los turistas adecuadamente y en inglés; el 31,4% considero que fue regular, el 22,9% excelente y el 20,6% buena; además el 15,6% la considero mala y el 9,5% muy mala.

**Pregunta 7. ¿Cuál fue la calidad general del servicio de guianza recibido?**

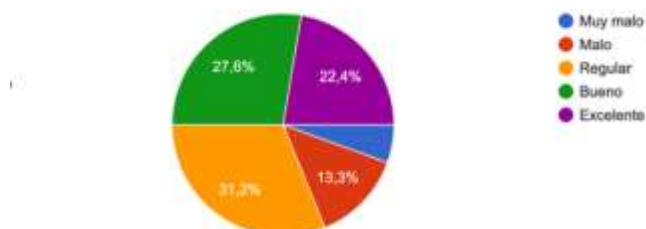
**Tabla 7**

*Calidad general del servicio de guianza*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
<b>Excelente</b>	88	22,4%
<b>Bueno</b>	110	27,6%
<b>Regular</b>	124	31,2%
<b>Malo</b>	53	13,3%
<b>Muy malo</b>	23	5,5%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Figura 7**

*Calidad general del servicio de guianza*



La calidad del servicio de guianza fue percibido como regular por el 31,2% de los encuestados, como buena por el 27,6% y como excelente por el 22,4%, en cambio el 13,3% de los encuestados la considero mala y el 5,5% muy mala.

### Pregunta 8. ¿Cómo evalúa la amabilidad y la atención del guía?

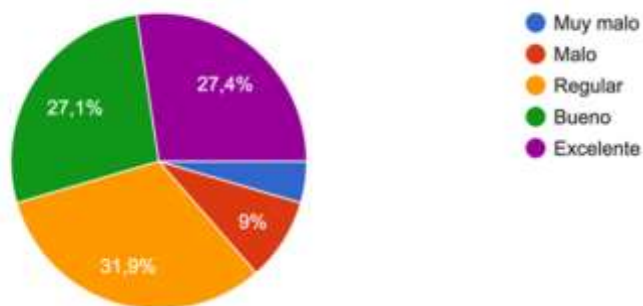
**Tabla 8**

*Amabilidad y atención del guía*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	108	27,4%
Bueno	108	27,1%
Regular	127	31,9%
Malo	39	9,8%
Muy malo	16	3,8%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

**Figura 8**

*Amabilidad y atención del guía*



En lo que respecta a la atención del guía y a la amabilidad de este durante el trayecto, se puede observar que el 31,9% de los encuestados lo considero regular, el 27,1% como bueno y el 27,4% como excelente; mientras que el 9,8% lo considero malo.

### Pregunta 9. ¿Cómo evalúa la capacidad del guía para generar confianza y seguridad?

Tabla 9

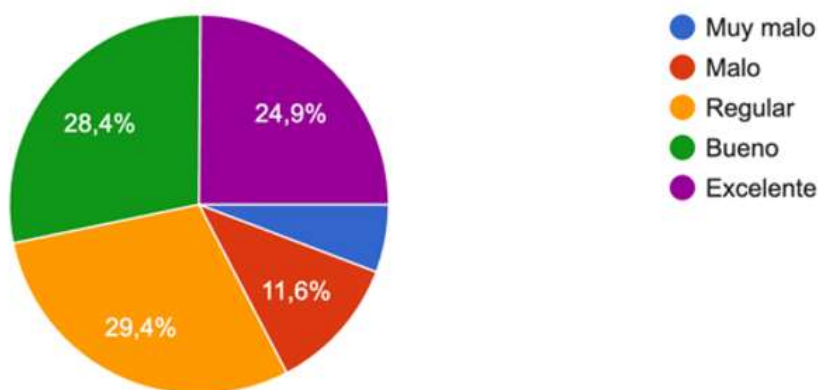
*Capacidad del guía para generar confianza y seguridad*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	98	24,9%
Bueno	113	28,4%
Regular	117	29,4%
Malo	48	11,6%
Muy malo	22	5,6%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

Figura 9

*Capacidad del guía para generar confianza y seguridad*



Los resultados muestran que de acuerdo con la percepción de los encuestados el 29,4% creen que la capacidad del guía para generar confianza y seguridad fue regular, el 28,4% consideran que fue buena y el 24,9% excelente; mientras que el 11,6% la considero mala y el 5,6% muy mala.

**Pregunta 10. ¿Cómo evalúa la capacidad del guía para adaptarse a sus necesidades durante el recorrido?**

**Tabla 10**

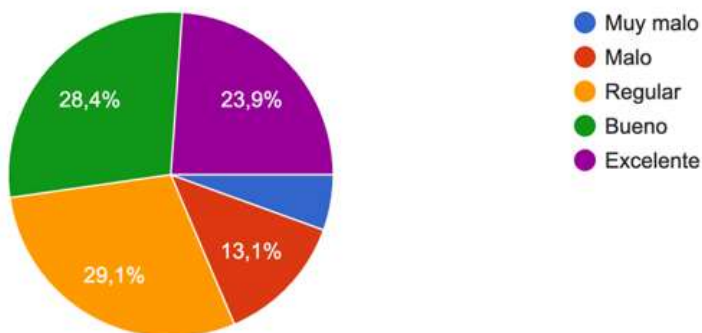
*Habilidad del guía para adaptarse a las necesidades del turista*

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	94	23,9%
Bueno	113	28,4%
Regular	116	29,1%
Malo	52	13,1%
Muy malo	23	5,5%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 10**

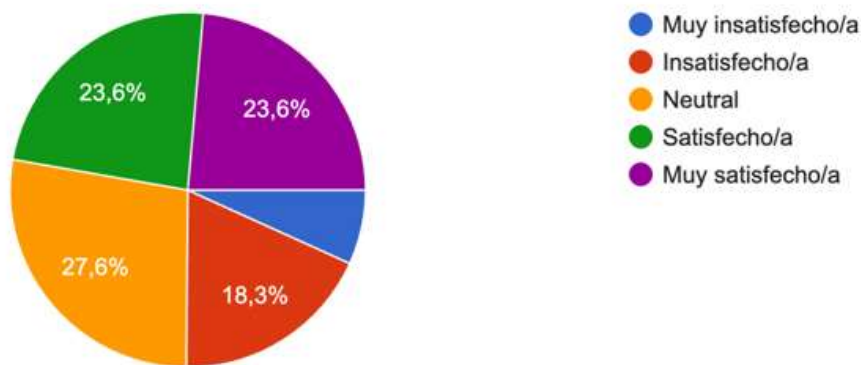
*Habilidad del guía para adaptarse a las necesidades del turista*



Analizando la percepción del turista sobre la habilidad del guía para adaptarse a sus necesidades; el 29,1% considero que era regular, el 28,4% bueno, el 23,9% excelente; mientras que el 13,1% la considero mala y el 5,5% muy mala.

**Pregunta 11. ¿Qué tan satisfecho/a está con experiencia de guianza?****Tabla 11***Satisfacción del turista con la experiencia de guianza*

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfecho	93	23,7%
Satisfecho	94	23,6%
Neutral	110	27,6%
Insatisfecho	73	18,3%
Muy insatisfecho	28	6,8%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia**Figura 11***Satisfacción del turista con la experiencia de guianza*

El 27,6% de los encuestados evaluó su nivel de satisfacción con la experiencia turística como neutral, el 23,7% estuvo satisfecho al igual que el 23,6% que indicó que estaba muy satisfecho; por otro lado, el 18,3% indicó que estaba insatisfecho y el 6,8% muy insatisfecho.

**Pregunta 12. ¿En qué medida considera que el dominio del inglés del guía influyo en su experiencia turística?**

**Tabla 12**

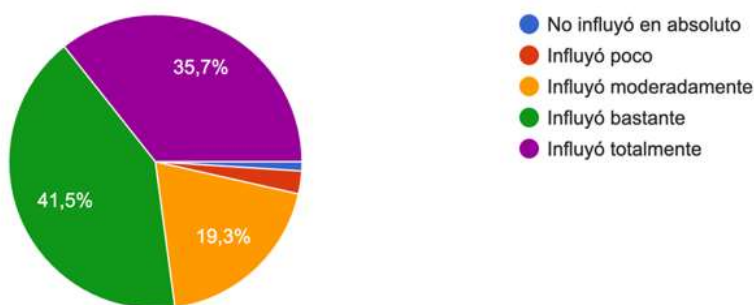
*Influencia del dominio del inglés en la experiencia turística*

Nivel de influencia	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	142	35,7%
Bastante	164	41,5%
Moderadamente	77	19,3%
Poco	10	2,5%
Nada	5	1,0%
<b>Total</b>	<b>398</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Elaboración propia

**Figura 12**

*Influencia del dominio del inglés en la experiencia turística*



Tomando en cuenta los resultados de las encuestas; el 41,5% considero que el dominio del idioma inglés influyo bastante en su experiencia turística, el 35,7% indico que influyo totalmente, mientras que el 19,3% señalo que influyo moderadamente; por otro lado, el 2,5% indico que influyo poco y el 1% que no influyo en nada.

### **Conclusión**

Existe una relación directa entre la percepción del turista en cuanto a la calidad del servicio de guianza y la capacidad del guía de comunicarse efectivamente en inglés, lo cual afecta directamente a la comuna Montañita en su economía al ser un destino de sol y playa que depende directamente del turismo

La mayoría de los tours guiados se realizan parcialmente en inglés causando cierto grado de insatisfacción en los turistas ya que mucha de la información proporcionada se pierde o no es adecuadamente entregada, además muchas de las dudas y preguntas de los turistas quedan sin responder o son respondidas inadecuadamente

La capacidad del guía para desenvolverse y resolver situaciones o necesidades del turista fue calificada como regular demostrando la necesidad imperante de reforzar las habilidades comunicativas en el idioma, para con esto elevar nuestro nivel de satisfacción general del servicio de guianza proporcionado a los visitantes.

Al guía no poder comunicarse efectivamente en inglés hizo que el turista y su experiencia no fuera tan placentera como debió de haber sido, dejando en el aire muchas dudas y malestar general.

Se debería de implementar un plan de fortalecimiento de las habilidades comunicativas en inglés y capacitaciones constantes para desarrollar la fluidez y habilidades necesarias para el guía turístico y su proceso de guianza para con esto llegar a un nivel de satisfacción óptimo del visitante y futuras recomendaciones o intenciones de regresar a la comuna Montañita.

---

### Referencias bibliográficas

- Avendaño, W. R., Rueda, G., & Garcia, O. (2022). Dominio del inglés frente al proyecto de vida: percepciones de estudiantes universitarios. *Formacion Universitaria*, 97-106.
- Barreto Ascona, J., & Lezcano Mencia, A. (2023). Análisis y fundamentación de los diseños de investigación: explorando los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos basados en Creswell & Creswell (2018). *Revista UNIDA Científica*, 110-117.
- Bermeo, J. (28 de 12 de 2025). <https://www.larepublica.co/>. Obtenido de El inglés lidera en el mundo, más de 1.500 millones de personas lo hablan: <https://www.larepublica.co/ocio/el-ingles-lidera-en-el-mundo-mas-de-1-500-millones-de-personas-hablan-este-idioma-4297797>
- Caicedo Quinteros, S. (2024). Estilos de aprendizaje para mejorar el idioma inglés. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 788-805.
- Charles-Lejía, H., & Torres Garcia, A. J. (2022). Dominio del inglés y salario en México. *Analisis Economico*, 167-180.
- Cifuentes Rojas, M., Beltrán Moreno, M., & Vasconez Mera, P. (2023). La importancia del uso del idioma inglés en la industria hotelera y turística. *Revista InveCom*, 1-27.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 5-29.
- Di Paolo, A., & Tansel, A. (2019). English skills, labour market status and earnings of Turkish women. *Empirica*, 669-690.
- Dönbak, E. (2021). Meta-Analysis of the Relationship between Tour Guide Performance and Tourist Satisfaction: An International Literature Example. *Social, Human and Administrative SciencesSEARCH*, 1-16.  
doi:<https://www.sobibder.org/index.php/sobibder/article/view/136>
- Education First, E. P. (2025). *The world's largest ranking of countries and regions by English skills*. Obtenido de <https://www.ef.com/wwen/epi/>
- EU Mediterrani. (28 de 05 de 2021). *El inglés turístico: su importancia en el sector*. Obtenido de Mediterrani.com: <https://mediterrani.com/ingles-turistico/#:%7E:text=El%20ingl%C3%A9s%20tur%C3%ADstico%20es%20importante,%20Djapon%C3%A9s%2C%20etc>
- Gomez, C. (2008). The teaching of English in Ecuador: A look at its past, present, and future. *Encuentros*, 41-48.
- González Ortiz, Y., Coronado Meneses, M., González Cadena, M., Pedraza Amador, E., & Guadarrama Atrizco, V. (2024). Factores que inciden en el aprendizaje de idiomas de
-

los Licenciados en Turismo de la Escuela Superior de Tizayuca. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 209-222.

Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173.

Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S., & Zhang, M. (2021). Service Quality in Tourism Public Health: Trust, Satisfaction, and Loyalty. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.731279>

Handini, B., Suhardi, Jamilah, Lestari, T., Palupiningsih, A., & Asrobi, M. (2025). What Tourism Students Want and Need vs What Tour Guides Demand: An Indonesian 'Culture-Based English for Tour Guides' Material. *Forum for Linguistic Studies*, 1050-1064.

Hernandez Lastre, M. (2022). Pensamiento computacional, una apuesta para potenciar la capacidad de análisis en los aprendices. *Sistema de bibliotecas Portal de revistas SENA*.

Limonés Borbor, J., Ricardo Suárez, J., Parraga Solorzano, R., & Acosta Isidor, Z. (2025). El Idioma Inglés como Herramienta Estratégica en la Guianza Turística de la Provincia de Santa Elena: Dimensiones Funcionales y Oportunidades Profesionales. *Revista Veritas De Difusão Científica*, 2940-2956. doi:<https://doi.org/10.61616/rvdc.v6i1.555>

Lin, Y.-C., Lin, M.-L., & Chen, Y.-C. (2017). How Tour Guides' Professional Competencies Influence on Service Quality of Tour Guiding and Tourist Satisfaction: An Exploratory Research. *International Journal of Human Resource Studies*.

Macías Loo, M., Moreira Aguayo, P., Venegas Loo, L., Loo Cevallos, J., Medranda Medranda, J., & Barcia Moreira, M. (2024). English as a lingua franca: an overview. *Revista Cognosis*, 151-163.

Martelo Gomez, J., Oyola Quitero, P., & Franco Borré, D. (2022). Selección de guías de turismo por parte de agencias para realizar recorridos en casos de inmediatez en Cartagena de Indias. *Tecnura*, 103-113.

Mintur. (10 de abril de 2026). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Entradas y Salidas Internacionales: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>

Mohl, P. (2023). Adoptando el Inglés como Lengua Franca (ILF) en la Enseñanza del Inglés como Lengua Extranjera (EILE) en Ecuador: Fundamentos Teóricos y Estrategias Pedagógicas para el Mundo Globalizado. *Revista Ecuatoriana de Investigación Educativa*, 33-41.

---

- Moreira Cañarte, C., & López Reyes, S. (2026). Turismo local y su incidencia en el incremento de visitantes en la comunidad de Montañaíta. *Repositorio Digital UNESUM Faculta de Ciencias Administrativas y Económicas*, 109.
- Namtapi, I. (2022). Needs Analysis of English for Specific Purposes for. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 409-439.
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 460-469.
- Pizarro Romero, J., Vera Quiñonez, S., Matamoros, J. A., & Sarmiento Chugcho, K. O. (2021). Analysis of learning activities included in English text directed at students of Hospitality and Tourism. *Horizontes Revista De Investigación En Ciencias De La Educación*, 512-522.
- Putra, I., & Dewi, N. (2022). Language barriers and communication breakdowns in tour guiding encounters: Implications for international visitor satisfaction. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 310-324.
- Roca Castro, Y., & Véliz Robles, F. (2022). Innovación en la Enseñanza del Idioma Inglés a Nivel de Educación Superior en Postpandemia. *Revista científica Dominio de las ciencias*, 361-377.
- Supartini, N., Susanti, L., & Koeswiryono, D. (2024). An analysis of English Materials for Effective Communication as Tour Guides. *Konstruktivisme : Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 100-112. doi:<https://doi.org/10.35457/konstruk.v16i1.3384>
- Syakier, W., & Hanafiah, M. (2021). Tour guide performances, tourist satisfaction and behavioural intentions: A study on tours in Kuala Lumpur City Centre. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 597-614. doi:<https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1891599>
- UAEH. (2023). <https://www.uaeh.edu.mx/>. Obtenido de CEntro de Lenguas.
- Vergara Cevallos , D., Vélez Falcones, A., Chica Medranda, C., Caicedo Coello, L., Zambrano Pinacy, M., & Ormaza Esmeraldas, E. (2025). Inglés Técnico para mejorar las habilidades de comunicación en estudiantes de Turismo. *REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO*, 275-288.
- Vidal Guerrero, T. (2022). Enfoque cuantitativo: taxonomía desde el nivel de profundidad de la búsqueda del conocimiento. *Llallig*, 13-27.
- Villacreses Chalen, C. (2025). Escenarios en el ejercicio de la guianza turística. *Repositorio ULEAM*.
- Vizcaíno Zúñiga, P., Cedeño Cedeño, R., & Maldonado Palacios, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*.
-

- Vizcaíno Zúñiga, P., Cedeño Cedeño, R., & Maldonado Palacios, s. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9723-9762.
- Wang, H., Smyth, R., & Cheng, Z. (2017). The economic returns to proficiency in English in China. *China Economic Review*, 91-104.
- Yaogi, L., Yaya, S., Mianqian, W., & Tzung-Chen, H. (2021). The influence of tour guides' service quality on tourists' tour guide stigma judgment: An asian perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 551-560.
- Ya-Yu, C. (2020). Communicative language teaching and English as a foreign language undergraduates' communicative competence in Tourism English. *Journal of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 1-16.
-