



**Universitat de les  
Illes Balears**

Facultat de Turisme

**Memòria del Treball de Fi de Grau**

# Lenguas extranjeras en el mercado turístico de las Islas Baleares

Maria de las Neus Castell Suau

**Grau de Turisme**

Any acadèmic 2018-19

DNI de l'alumne: 43462577Y

Treball tutelat per Gloria Bosch Roig  
Departament d'Alemanys

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:  
Lenguas, turismo, formación, Baleares

## ÍNDICE

<b>1. RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
2.1. Finalidad del trabajo y justificación .....	6
2.2. Objetivos del trabajo .....	7
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
3.1. Evolución y consolidación del turismo en Mallorca .....	8
3.1.1. El turismo antes de los años sesenta .....	10
3.1.2. El <i>boom</i> turístico .....	11
3.1.3. El turismo durante la crisis de los setenta .....	11
3.1.4. La expansión del turismo en los ochenta .....	11
3.1.5. La década del 2000 y actualidad .....	12
3.2. Impacto económico del turismo en las Baleares .....	13
3.3. Principales organizaciones e instituciones con repercusión en el turismo en las Islas Baleares .....	15
3.4. Lenguas oficiales y cooficiales en las Islas Baleares .....	16
<b>4. SEGMENTACIÓN DE LOS TURISTAS EN LAS ISLAS BALEARES Y EL USO DE IDIOMAS .....</b>	<b>17</b>
4.1. Turismo de sol y playa .....	18
4.2. Turismo cultural .....	21
4.3. Cicloturismo .....	23
4.4. Turismo de golf .....	25
4.5. Turismo náutico .....	26
4.6. El turismo de temporada baja en las Baleares .....	27

<b>5. LENGUAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR TURÍSTICO BALEAR .....</b>	<b>30</b>
5.1. Importancia de las lenguas extranjeras en el sector turístico .....	30
5.2. Impacto de las lenguas extranjeras en los residentes .....	31
<b>6. FORMACIÓN EN IDIOMAS EN LAS ISLAS BALEARES .....</b>	<b>33</b>
6.1. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Infantil .....	34
6.2. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Primaria .....	35
6.3. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) .....	36
6.4. La Escuela oficial de idiomas (EOI) .....	37
6.5. La Facultad de turismo de las Islas Baleares .....	39
<b>7. ESTUDIOS DE CASO .....</b>	<b>41</b>
7.1. Metodología .....	41
7.2. Encuesta a HIPOTELS PLAYA DE PALMA PALACE (Playa de Palma) ..	42
7.3. Encuesta a HOTEL VIVA EDEN LAGO (Alcúdia) .....	46
<b>8. CONCLUSIONES .....</b>	<b>50</b>
<b>9. ANEXOS .....</b>	<b>52</b>
<b>10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>68</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

**TABLA 1.** El perfil del turista en las Islas Baleares según edad, sexo, motivo del viaje, tipo de organización del viaje, alojamiento y categoría hotelera (2011-2013)

**TABLA 2.** Impactos positivos y negativos asociados con el turismo (1998).

**TABLA 3.** Número de alumnos de la EOI de Palma por idioma (Hasta el año académico 2016-2017).

**TABLA 4.** Número de alumnos de la EOI por idioma y nivel (2016-2017).

**TABLA 5.** Número de alumnos matriculados en el Grado de Turismo en la Universidad de las Islas Baleares (Hasta el curso 2016-2017).

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

**GRÁFICO 1.** Turistas llegados a las Baleares por país de residencia (2018).

**GRÁFICO 2.** Distribución de la llegada de turistas a Mallorca por país de residencia (2017).

**GRÁFICO 3.** Distribución de la llegada de turistas a Menorca por país de residencia (2017).

**GRÁFICO 4.** Distribución de la llegada de turistas a Ibiza y Formentera por país de residencia (2017).

**GRÁFICO 5.** Nacionalidad de los turistas culturales (2016).

**GRÁFICO 6.** Nacionalidad de los cicloturistas (1999).

**GRÁFICO 7.** Nacionalidad de los turistas de golf (2005).

**GRÁFICO 8.** Nacionalidad de los turistas náuticos (2007).

**GRÁFICO 9.** Nacionalidad de los turistas en temporada baja (febrero 2018).

**GRÁFICO 10.** Lenguas más utilizadas por el personal del hotel (2019)

**GRÁFICO 11.** Lenguas más utilizadas por el personal del hotel (2019).

## **CAPÍTULO 1. RESUMEN / ABSTRACT**

En este Trabajo de Fin de Grado se trata de analizar la importancia de las lenguas extranjeras en una zona turística como las Islas Baleares, así como los datos estadísticos sobre las nacionalidades de los turistas que visitan esta zona en verano e invierno. También se pretende destacar la importancia que tiene la formación en idiomas, y la repercusión que tienen estos idiomas en los trabajadores del sector turístico.

In this Final Degree Project, the aim is to analyse the importance of foreign languages in a tourist area such as the Balearic Islands, as well as statistical data on the nationalities of tourists who visit this area in summer and winter. It is also intended to highlight the importance of language training, and the impact that these languages have on workers in the tourism sector.

## **CAPÍTULO 2. INTRODUCCIÓN**

### **2.1. Finalidad del trabajo y justificación**

Las Islas Baleares son uno de los destinos turísticos más visitados del mediterráneo occidental, y los turistas pueden disfrutar de estas islas de muchas formas diferentes, ya sea practicando turismo rural y/o de aventura, turismo cultural, turismo de sol y playa o, incluso, turismo deportivo, como por ejemplo el cicloturismo o el turismo de golf.

La finalidad de este trabajo es señalar la importancia de las lenguas extranjeras en una región turística como las Islas Baleares, ya que ésta es una zona, la cual recibe una cantidad muy elevada de turistas cada año de diferentes partes del mundo.

El tema de las lenguas extranjeras en el mercado turístico de las Islas Baleares es muy interesante, ya que puede aportar mucha información sobre otro tipo de necesidades que hasta ahora no han formado parte de los estudios sobre turismo.

He elegido este tema para realizar mi trabajo de fin de grado porque me parece importante la idea de analizar cuáles son las lenguas (extranjeras) que más se usan en esta comunidad autónoma, es decir, las lenguas que hablan los turistas que visitan las islas y, también, las lenguas que deben aprender los locales para ser capaces de resolver diversas situaciones. Otra razón por la cual he elegido este tema es porque tengo especial interés en el aprendizaje de nuevos idiomas.

## 2.2. Objetivos del trabajo

El objetivo de este trabajo de fin de grado es descubrir cuáles son las lenguas extranjeras más habladas por los turistas que visitan las Islas Baleares hoy en día, y la repercusión que tienen estas lenguas extranjeras en los trabajadores del sector turístico en las Baleares, ya que deben tener una formación especial en idiomas para poder cubrir las necesidades de estos turistas que nos visitan desde todas partes del mundo.

Este trabajo va a centrarse mayormente en el análisis estadístico de las nacionalidades de los turistas que visitan las Islas Baleares cada año, y en la formación en idiomas que necesitan los trabajadores del sector turístico en las islas para poder dar el mejor servicio posible a los clientes extranjeros.

También vamos a analizar el aprendizaje de las lenguas extranjeras desde la escuela primaria y secundaria, en las que son obligatorias, así como también la formación en idiomas en el grado de turismo de la Universidad de las Islas Baleares, o la enseñanza de idiomas en la Escuela Oficial de Idiomas. Debemos llegar a tener un conocimiento general sobre datos reales y, por ello, se debe obtener información a partir de las instituciones oficiales relacionadas con el turismo en las Islas Baleares.

Es muy importante conocer cómo repercuten las lenguas extranjeras en la formación de los trabajadores del sector turístico y, por eso, hay que analizar las necesidades lingüísticas de las empresas del sector.

Por otra parte, para analizar la repercusión que tienen las lenguas extranjeras sobre los trabajadores, se debe obtener información real mediante encuestas realizadas al personal de diferentes departamentos de dos hoteles de Mallorca de diferente categoría, y situados en diferentes zonas de la isla, uno situado en la Playa de Palma (HIPOTELS PLAYA DE PALMA PALACE) y el otro situado en la zona de Alcúdia (Hotel VIVA EDEN LAGO). He elegido estos dos hoteles porque son dos hoteles de diferente categoría, de cinco y cuatro estrellas respectivamente, que acogen diferentes segmentos de clientes, ya sea turismo de sol y playa; turismo de golf, o turismo de reuniones entre otros. Los empleados de los dos hoteles nombrados anteriormente serán encuestados sobre las tareas que deben desempeñar en lenguas extranjeras en su puesto de trabajo y la frecuencia de uso de esas lenguas; también sobre su nivel de idiomas y, sobre cómo llevan la gestión del hotel desde un punto de vista idiomático.

## **CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO**

### **3.1. Evolución y consolidación del turismo en las Islas Baleares**

Actualmente, las Islas Baleares son uno de los destinos turísticos más importantes a nivel mundial. Durante el año 2018, un total de 13.856.456 turistas visitaron las Islas Baleares, número que se incrementó en comparación con el año anterior, en el que 13.792.296 personas visitaron las islas. (Instituto Nacional de Estadística, 2018) De estos 13.856.456 turistas que visitaron las Islas Baleares en 2018, la mayoría lo hicieron en el mes de julio (2.431.315 turistas), seguido por agosto (2.304.445 turistas), y el mes el cual visitaron las islas menos turistas fue enero, con un total de 119.418 turistas. (Instituto Nacional de Estadística, 2018)



**TABLA 1.** El perfil del turista en las Islas Baleares según edad, sexo, motivo del viaje, tipo de organización del viaje, alojamiento y categoría hotelera (2011-2013)

	2011	2012	2013
<b>Hombre</b>	47,7%	45,9%	46,1%
<b>Mujer</b>	52,3%	54,1%	53,9%
<b>Menos de 6 años</b>	2,7%	2,6%	2,9%
<b>Entre 6 y 4 años</b>	4,5%	4,5%	4,8%
<b>Entre 15 y 24 años</b>	12,8%	12,6%	11,0%
<b>Entre 25 y 44 años</b>	42,8%	42,8%	45,7%
<b>Entre 45 y 64 años</b>	29,7%	30,6%	29,4%
<b>Más de 64</b>	7,5%	6,8%	6,3%
<b>Ocio y vacaciones</b>	94,7%	94,3%	95,8%
<b>Otros motivos</b>	5,3%	5,7%	4,2%
<b>Hoteles y similares</b>	72,5%	69,0%	69,2%
<b>Alojamiento en propiedad</b>	6,8%	6,9%	6,4%
<b>Alojamiento en alquiler</b>	8,6%	12,4%	12,7%
<b>Alojamiento de familiares o amigos</b>	8,5%	8,7%	7,5%
<b>Otros tipos</b>	3,6%	3,0%	4,3%
<b>Hotel 5 estrellas</b>	3,2%	4,0%	3,4%
<b>Hotel 4 estrellas</b>	34,8%	37,5%	40,6%
<b>Hotel 3 estrellas</b>	47,9%	43,9%	41,8%
<b>Hotel 1 y 2 estrellas</b>	3,7%	3,9%	3,3%
<b>Otros alojamientos colectivos</b>	10,5%	10,7%	11,0%
<b>Hotel sin paquete turístico</b>	38,3%	38,5%	39,7%
<b>Hotel con paquete turístico</b>	61,7%	61,5%	60,3%
<b>TOTAL</b>	<b>12.289.871</b>	<b>12.565.601</b>	<b>12.992.745</b>

Fuente: EGATUR, Instituto de Estudios Turísticos (2013)

Según la tabla anterior sobre el perfil del turista que visitó las Islas Baleares en 2013, el 95,8% lo hicieron por motivos de ocio. Del total de 12.992.745 turistas, la mayoría, con un 69,2%, se hospedaron en hoteles, seguido por el 12,7% que se hospedó en alojamiento en alquiler. También cabe decir que el 60,3% contrató un paquete turístico para su viaje, mientras que el 39,7% no lo hizo.

Hoy en día, el perfil del turista que visita las islas es muy diverso, ya que se pueden distinguir diferentes tipos de turismo que más adelante analizaremos, pero cabe mencionar que existe una gran evolución del perfil del turista y, del turismo en general, desde que empezaron a llegar los primeros turistas hasta hoy en día.

A continuación, vamos a explicar brevemente la evolución del turismo en las Islas Baleares desde los primeros años de su consolidación hasta el turismo en la actualidad.

Los orígenes del turismo en Mallorca se pueden encontrar hace más de un siglo atrás, pero el turismo se empezó a consolidar en la década de 1960.

La evolución del turismo hasta la actualidad se puede dividir en varias etapas: El turismo antes de los años sesenta, el *boom* turístico de los años sesenta, el turismo frente a la crisis de los setenta, la recuperación y expansión del turismo en los ochenta (Sastre, 1995), y la década de los 2000 hasta la actualidad.

### 3.1.1. El turismo antes de los años sesenta

En la década de los sesenta empezaron a construirse los primeros hoteles como el Gran Hotel o el Victoria en Palma. La primera Guerra Mundial estancó esta expansión turística, pero al terminar la guerra, el número de pasajeros volvió a crecer y se inauguraron nuevos establecimientos en toda la isla de Mallorca. (Sastre, 1995). En ese momento, el transporte marítimo se intensificó con líneas que unían Palma con Barcelona, Valencia o Tarragona y, en el año 1931, la empresa española *Lape* inició una línea entre Palma y Barcelona con dos vuelos semanales. También, durante esa época aparecieron varias agencias de viaje como *Wagon Lits Cook* o *Viajes Baleares*, las cuales también organizaban excursiones en lugares como Valldemossa o Sóller. (Pons, 2000) Desde el año 1930 en adelante se consideraba el turismo una de las actividades más importantes para la economía en Mallorca. Más tarde, la Guerra Civil española y la Segunda Guerra Mundial hicieron que el turismo extranjero desapareciera debido a la situación política de España. (Sastre, 1995) Las dificultades de abastecimiento de materias primas y recursos energéticos produjeron una fuerte crisis en las actividades turísticas, y algunos hoteles tuvieron que cerrar. Para cambiar eso, el Fomento del Turismo realizó un esfuerzo propagandístico para poder atraer al turismo nacional y se lanzó la campaña *Luna de miel en Mallorca*, la cual atrajo a muchas parejas que se acababan de casar (Pons, 2000).

Según la investigación de Soriano (1996):

Atraídos por el sol y los múltiples atractivos y recursos naturales de nuestras variadas regiones, oportunamente resaltados por los españoles en el pacífico ambiente de una nación solo preocupada de salir adelante con su trabajo, a fines de los años cuarenta empiezan a llegar a España los primeros escasos turistas de naciones centroeuropeas, deseosos de arrinconar los amargos recuerdos de su guerra recién terminada (Soriano, 1996:15)

En la década de 1950, el número de turistas extranjeros volvió a crecer (Sastre, 1995), y eso fue gracias al proceso de recuperación económica de Europa durante la posguerra.

### 3.1.2. El boom turístico

En los años sesenta se produce un gran incremento en el número de turistas, y eso hace que el turismo se convierta en la primera actividad económica en las Islas Baleares, ya que impulsa el sector de la construcción y otros servicios relacionados con el turismo. Las causas de este incremento son el Plan de Estabilización de la Economía Española y el crecimiento de las economías europeas, y éstas dan lugar al nacimiento del turismo de masas, que surge con la ayuda de nuevos tipos de intermediarios como son los turoperadores y las compañías aéreas de bajo coste. En aquella época, las Islas Baleares disponían de un número elevado de plazas hoteleras, y en 1960, se inauguró en Mallorca el aeropuerto de *Son Sant Joan*. Todo esto, dio lugar a un gran boom turístico, y provocó un cambio radical en la economía de las Islas Baleares. (Sastre, 1995)

No obstante, no solo fue el número de turistas el que creció, también aumentó la población de las islas debido a la llegada de peninsulares al poco tiempo de finalizar la Segunda Guerra Mundial. (Soriano, 1996)

### 3.1.3. El turismo durante la crisis de los setenta

La crisis mundial que tuvo lugar a partir de 1973 como consecuencia del incremento de los precios del petróleo hizo bajar el número de turistas y, como consecuencia, muchos hoteleros se vieron obligados a cerrar sus establecimientos. A causa de esta situación, los sectores relacionados con el turismo tuvieron que ajustarse a las nuevas condiciones y, todo esto, provocó el crecimiento de la oferta extra-hotelera, principalmente de apartamentos. Esta situación empezó a cambiar a partir de 1978, ya que se observó una importante recuperación gracias a la recuperación de las economías europeas, y a la bajada de la cotización de la peseta. Esto provocó una expansión en la década de los ochenta. (Sastre, 1995)

### 3.1.4. La expansión del turismo en los ochenta

La década de los ochenta supuso una nueva fase de expansión, con un crecimiento constante en el número de turistas. En el año 1981, el número de turistas extranjeros fue de 3.889.238. Así, se produjo un *boom* similar al de la década de los sesenta, y esto fue debido al aumento del turismo británico gracias a los bajos precios de los principales turoperadores ingleses. Como consecuencia del crecimiento del turismo, la economía de las Islas Baleares volvió a tener una fuerte expansión, y surgieron muchos puestos de trabajo que tuvieron como consecuencia una importante inmigración en los meses de verano. (Sastre, 1995)

### 3.1.5. La década del 2000 y actualidad

En la década de los noventa se entró en una pequeña crisis similar a la crisis que tuvo lugar durante la década de los setenta, pero más tarde, concretamente en el año 1993 se superó, y el turismo se mantuvo estable durante unos cuantos años, hasta que en el 2007 España entró en la crisis económica. El turismo se vio afectado en gran magnitud por esta crisis, ya que la industria del turismo tiene mucha importancia económica, siendo así, una industria muy vulnerable a los efectos de las crisis. (Torres et al., 2014)

Así, hoy en día el sector turístico en las Islas Baleares es uno de los sectores más importantes de las islas, ya que genera numerosas oportunidades en diversos ámbitos de actividad. El Turismo en Baleares no deja de crecer y, gracias al turismo, se genera muchísimo empleo hasta el punto de registrar incrementos históricos en la ocupación. (Economía de Mallorca, 2017)

Existe una editorial de viajes (Lonely Planet) que afirma que, en los últimos años, el turismo en Mallorca ha ido cambiando, y se ha incrementado el interés por la sostenibilidad y la concienciación ambiental. El agroturismo ha demostrado que es más que una moda pasajera y cada vez hay más fincas rurales donde los turistas pueden alojarse. En los pueblos y ciudades, las casas señoriales están siendo restauradas para convertirse en los denominados “hoteles-boutique”. De esta manera, se quiere poner mayor atención en auténticas experiencias turísticas y en una inmersión cultural.

Aunque muchos de los hoteles en las Islas Baleares cierran en invierno, hay algunos hoteles situados mayormente en pueblos que permanecen abiertos durante estos meses, ya que quieren dar un buen servicio a un tipo de turista que visita las Islas en temporada baja atraído por las actividades de naturaleza, como por ejemplo el cicloturismo.

### 3.2. Impacto económico del turismo en las Baleares

Según el estudio de Aguiló, Barros, Garcia y Rosselló (2004):

“Sin duda, uno de los grandes cambios provocados por el turismo en las Baleares está en el aspecto económico. Existen, de esta manera, aspectos positivos y aspectos negativos que pueden valorarse y, del mismo modo, cabe proponer nuevas actuaciones para tratar de mejorar la situación”. (Aguiló et al.,2004:57)

En el ámbito de los impactos económicos se ha avanzado mucho en el conocimiento del impacto que el desarrollo del turismo ejerce sobre los datos macroeconómicos del PIB, el empleo o la balanza de pagos. (Ibid.:35)

La mayor afluencia de turistas tiene un impacto positivo en la economía de la isla de Mallorca, donde el número de pernoctaciones ha aumentado de 74,3 millones en 2011 a 78, 5 millones en 2013. De la misma manera, el gasto en el destino se ha visto incrementado en 600 millones de euros en el mismo periodo, llegando a alcanzar los 4.120 millones de euros en el 2013. (Instituto Nacional de Estadística, 2011- 2013)

Y, en la actualidad, según los datos del Instituto Nacional de Estadística, (2017), el gasto total de los turistas internacionales que visitaron las Islas Baleares ha sido de 14.591,37 millones de euros.

En cualquier caso, hay que reconocer que la actividad turística no siempre comporta beneficios para la economía. De esta manera, son diferentes los costes económicos que se deberían tener en cuenta. Según la sistemática realizada por OMT (1998), habría que citar, en primer lugar, el coste de oportunidad, es decir, los recursos turísticos son desviados de otras posibles utilidades o, incluso, de su no-utilización. Así, se podría llevar a una asignación no óptima de los recursos. En segundo lugar, se habla de los costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística, que se dan tanto por el frecuente fenómeno estacional del turismo como por la sensibilidad de la demanda a las tendencias económicas y sociales de los países emisores. Un aspecto también preocupante, en tercer lugar, es el encarecimiento del coste de vida y las posibles tensiones inflacionistas provocadas por la presencia del turismo sobre la demanda. Al mismo tiempo, el crecimiento económico proporcionado por el turismo puede provocar crecimientos en los precios y un nivel de precios en expansión cuyas consecuencias afectan a la población local. Si como en el caso de Baleares, se produce un fenómeno de este tipo coincidiendo con el hecho de que determinadas rentas se fijan a nivel estatal (sueldos de funcionarios, pensiones, convenios colectivos, etc.), parece evidente que muchos colectivos se pueden considerar perjudicados en relación a otras regiones. Así mismo, cuando el turismo se convierte en un fenómeno residencial, también como ocurre en Baleares, los precios del suelo y los alquileres están sometidos a una fuerte presión de la demanda que también afecta a la población local cuando acude al mercado de la vivienda. (Aguiló et al., 2004:36)

También cabe mencionar la empleabilidad que genera el sector del turismo, sobre todo durante la temporada de verano y eso da lugar a la existencia de contratos temporales, es decir, el sector turístico es capaz de dar salida a corto plazo a una parte importante del desempleo, caracterizado por unos niveles de cualificación bajos. (Pou, 2012)

Pou (2012:41) afirma que, “la actividad turística tiene una capacidad alta de generar empleo, pero éste es de una elevada discontinuidad temporal, lo cual tiene su reflejo en aspectos tales como las pensiones, prestaciones por desempleo, etc.”

Debido a que hoy en día el turismo tiene mucha repercusión a nivel mundial, es imprescindible la existencia de instituciones encargadas de regularlo y, a continuación, se explicarán estas organizaciones en el caso de las Islas Baleares.

### 3.3. Principales organizaciones e instituciones con repercusión en el turismo en las Islas Baleares

La página web Turibaleares, que se encarga de analizar la estructura de la política turística de las Islas Baleares, afirma que hay muchas organizaciones e instituciones que impulsan y fomentan el turismo en estas islas y, además, cada Isla tiene su Consell: Consell Insular de Mallorca, Consell Insular de Menorca, Consell Insular d'Eivissa y Consell Insular de Formentera. Estas instituciones, sean públicas o privadas, se encargan de regular el turismo en las Islas Baleares, y algunas de las principales son:

- La consejería de turismo y deportes: Es el órgano competente en materia de turismo en las Islas Baleares, y esta consejería puede apoyar las iniciativas de las entidades del sector turístico, para que éstas puedan contribuir a la promoción de las Islas Baleares.
- Agencia de turismo de las Islas Baleares (ATB): Esta agencia colabora con el sector público y el sector privado y, además, depende de la *Consejería de turismo y deportes*, y lo que pretende es fomentar el turismo y la promoción de las Islas Baleares.
- IBATUR - Instituto Balear del Turismo: Es una empresa pública que depende de la Consejería de Turismo del Gobierno de las Islas Baleares que se encarga principalmente de la promoción interior y exterior de la oferta turística balear.
- Fomento del Turismo de Mallorca: Esta organización está formada por empresarios del sector turístico y actúa como foro de debate sobre la mejora de la actividad turística.

Fuente: Turibaleares (2013).

También hay que destacar, a nivel mundial, el papel de la OMT (Organización Mundial del Turismo), que es el Organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción del turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, apuesta por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por todo el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. (OMT, 2018)

Ya que las Islas Baleares atraen tanto a turistas extranjeros como nacionales que provienen de otras comunidades autónomas donde su primera lengua es el español o el catalán, se deben conocer tanto las lenguas extranjeras que hablan estos turistas extranjeros como las lenguas que se hablan en territorio español. En esta expansión, está la necesidad de conocer y analizar las lenguas oficiales y cooficiales y la cultura de las Islas Baleares con el fin de favorecer el desarrollo de la actividad turística en esa zona.

### **3.4. Lenguas oficiales y cooficiales en las Islas Baleares**

En el territorio balear existen dos lenguas oficiales, el castellano y el catalán. El catalán ha sido tradicionalmente la lengua vehicular de la enseñanza, es decir, las actividades educativas, tanto las orales como escritas, el material didáctico, los libros de texto, y las evaluaciones suelen ser en catalán.

(Conselleria, Educació i Universitat, 2018)

Según una encuesta sobre usos lingüísticos elaborada por el Govern Balear, la Generalitat y la Universidad de las Islas Baleares en 2014, el 36,8% de los habitantes de las Islas Baleares utiliza el catalán como lengua habitual, el 49,9% utiliza el castellano, y el 10,3% utiliza las dos lenguas por igual. Por islas, en Ibiza y Formentera es donde hay más personas que sitúan el castellano como su primera lengua, con la que se identifican o hablan de manera habitual, mientras que Menorca es donde más encuestados escogen el catalán como su primera lengua. (Última Hora, 2017)

A parte de estas dos lenguas oficiales que hay en las Baleares, hay muchos residentes que son extranjeros y, por tanto, hablan un idioma distinto al español o al catalán. También, hay que destacar la importancia de los turistas que visitan las islas y las lenguas extranjeras que hablan estos turistas y, a continuación, se analizarán estas lenguas desde el punto de vista de cada segmento turístico.



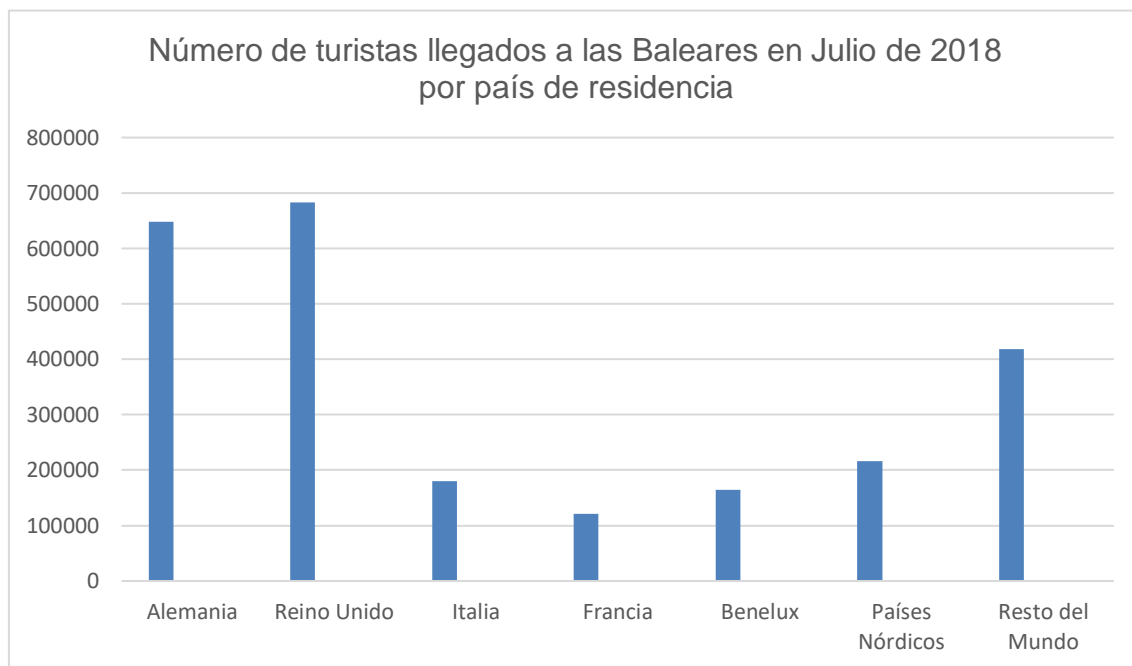
## CAPÍTULO 4. SEGMENTACIÓN DE LOS TURISTAS EN LAS ISLAS BALEARES Y EL USO DE IDIOMAS

Que las Islas Baleares estén situadas en el mar Mediterráneo hace que esto se asocie a calas y playas de prestigio internacional, pero no quiere decir que las Islas Baleares sean un destino únicamente que ofrezca turismo de sol y playa, sino que las islas proporcionan un sinfín de posibilidades tanto culturales, como actividades para realizar turismo deportivo. Actualmente, existen nuevas demandas turísticas que implican una valoración del patrimonio natural como recurso turístico en el que la calidad del medio es un factor esencial, también la revalorización de la cultura como recurso turístico o el mar como elemento de actividades de ocio del que resulta un importante incremento de la demanda del turismo náutico. (OMT, 1991)

A continuación, vamos a analizar, a través de las estadísticas, los diferentes tipos de mercado que existen en las Islas Baleares, así como el perfil de los turistas que nos visitan, y también vamos a detallar la nacionalidad y las lenguas de estos turistas. (Guerra, 2016)

En Julio de 2018, durante la temporada alta, llegaron un total de 2.843.600 turistas en las Islas Baleares, de los cuales 1.930.332 visitaron Mallorca, 318.943 visitaron Menorca y 594.525 visitaron Ibiza y Formentera. Reino Unido fue el principal país emisor con 682.460 turistas, seguido por Alemania con un total de 647.824 turistas. (IBESTAT, 2018)

**GRÁFICO 1.** Turistas llegados a las Baleares por país de residencia (2018).



Fuente: IBESTAT (2018)

#### 4.1. Turismo de sol y playa

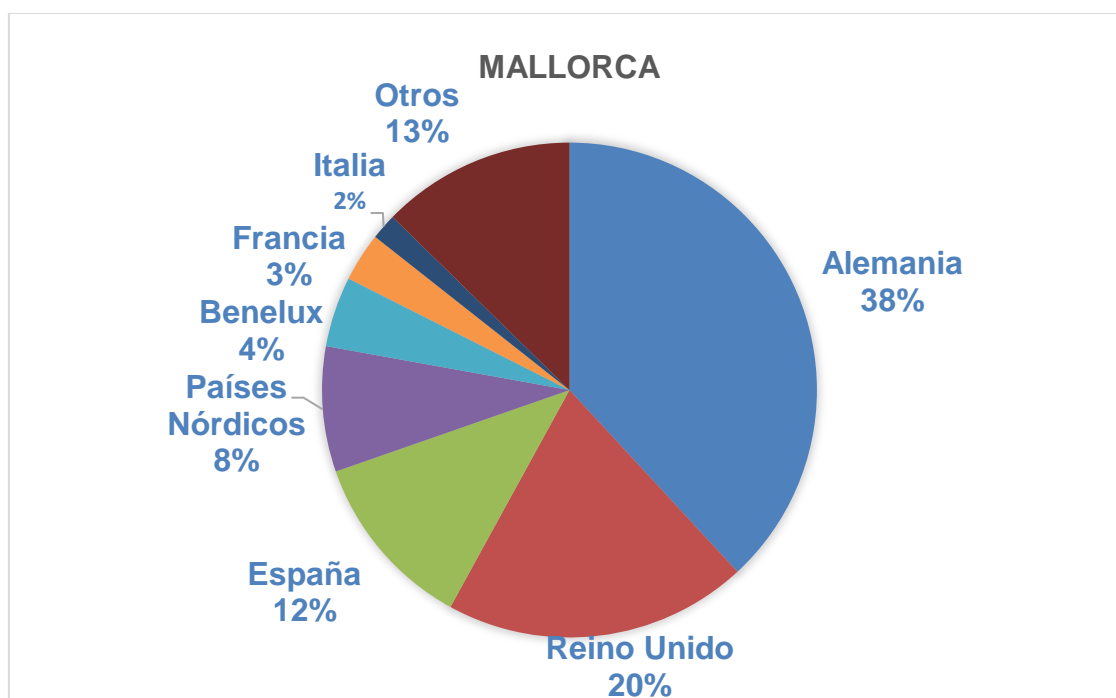
El turismo de sol y playa en las Islas Baleares y, en casi todos los destinos turísticos del mundo, es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes destinos turísticos son las más visitadas por los turistas. (Entorno Turístico, 2018)

La mayoría de los turistas que visitan las Islas Baleares lo hacen por motivos de ocio y, como la máxima concentración de turistas se encuentra en los meses de verano, hace que las Islas Baleares sean un destino mayormente de sol y playa, y que muchos de estos visitantes combinen sus vacaciones de playa con otro tipo de turismo como lo es el turismo cultural o el deportivo.

Baleares se sitúa en la cabeza de los destinos de sol y playa más rentables en 2018, y esto se debe a la gran inversión realizada en la renovación de sus instalaciones de los últimos años. En Mallorca, destacan las localidades de Palma, Muro, Calviá, Alcúdia, Santanyí y Santa Margalida. (Moneo, 2019)

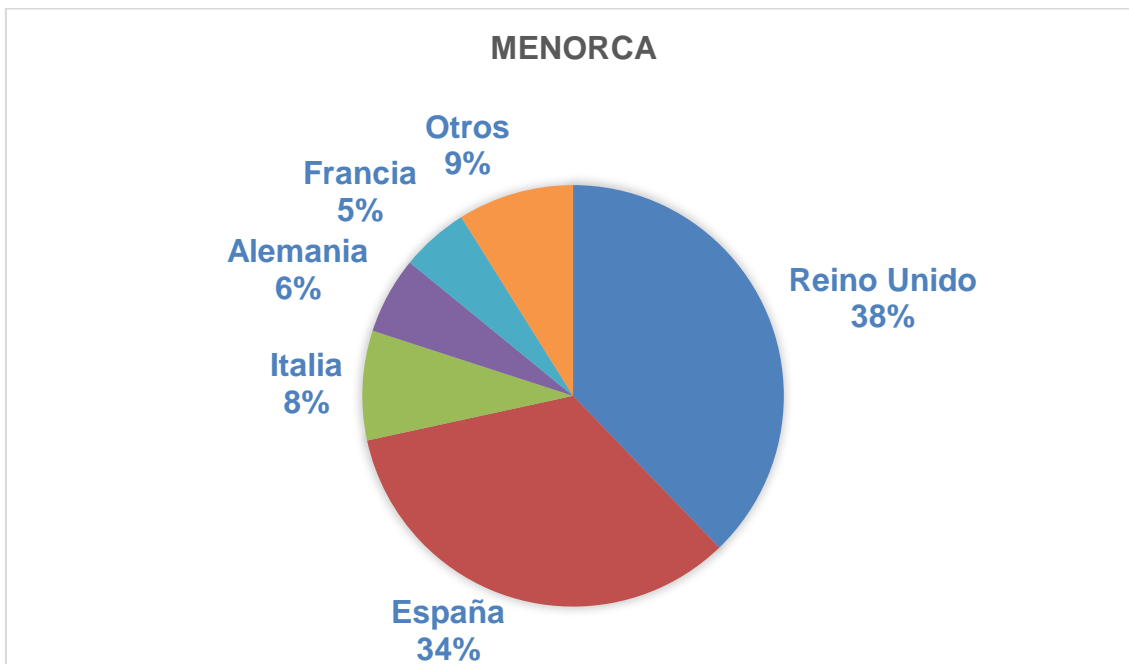
Como el turismo de sol y playa es el predominante en las Islas Baleares y no se han encontrado estadísticas reales de las nacionalidades de los turistas que practican exclusivamente este tipo de turismo, este apartado, se va a enfocar en analizar las nacionalidades de los turistas en general.

**GRÁFICO 2.** Distribución de la llegada de turistas a Mallorca por país de residencia (2017).



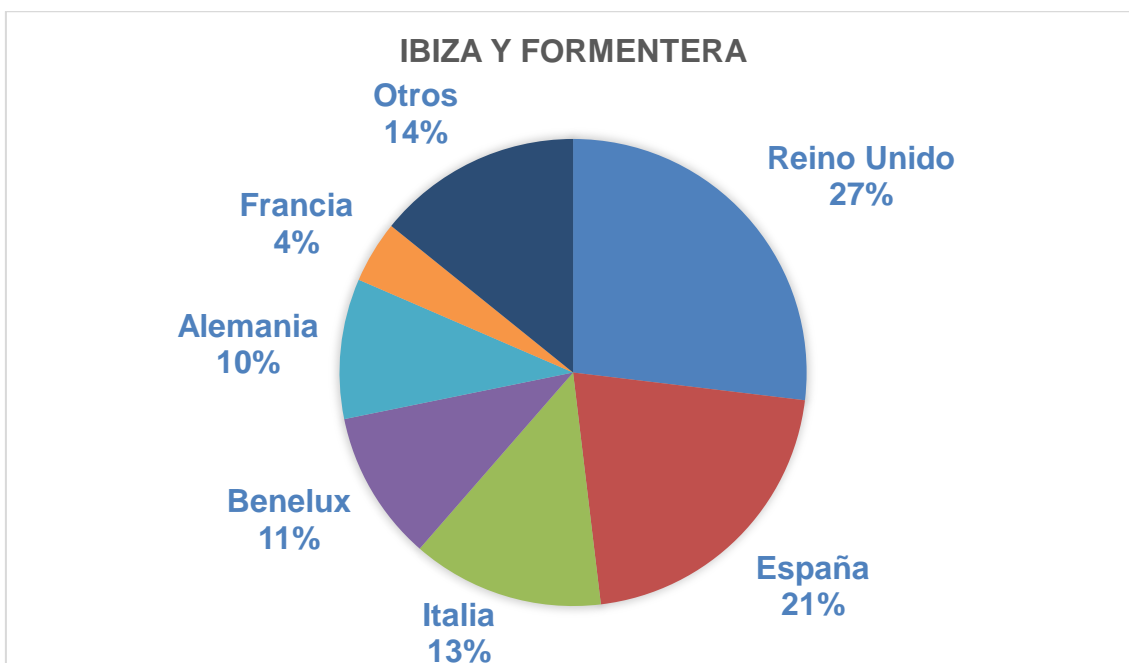
Fuente: CAIB (2017)

**GRÁFICO 3.** Distribución de la llegada de turistas a Menorca por país de residencia (2017).



Fuente: CAIB (2017)

**GRÁFICO 4.** Distribución de la llegada de turistas a Ibiza y Formentera por país de residencia (2017).



FUENTE: CAIB (2017)

Como podemos ver en los gráficos anteriores, en las islas de Menorca, Ibiza y Formentera, Reino Unido es el principal país emisor de turistas, en cambio en Mallorca, la nacionalidad alemana es la predominante, seguida por la inglesa y la española. De esta manera, los trabajadores del sector turístico en la isla de Mallorca deberían estar más formados en lengua alemana, mientras que las personas que trabajan en Menorca, Ibiza y Formentera deberían priorizar formarse mejor en lengua inglesa.

## 4.2. Turismo cultural

La isla de Mallorca es un escenario con numerosas propuestas culturales. (Fluxá, 2017) El turismo cultural es un complemento al turismo de sol y playa durante la temporada alta, y una alternativa que sirve para paliar los efectos de la estacionalidad durante la temporada baja. (Arrom, 2006)

En los últimos años se ha experimentado un importante crecimiento de este tipo de turismo, y este crecimiento se puede explicar desde la perspectiva de la oferta y de la demanda. Respecto a la demanda, un argumento es que hay mayor interés por la cultura en la sociedad en general, hecho que está relacionado con la idea de la culturización de la sociedad. Otra tendencia cultural importante es el aumento de la nostalgia, es decir, el incremento del ritmo de vida y el sentimiento de desorientación y pérdida de identidad asociado a la modernidad han hecho que la preservación del pasado se convierta en un negocio. Desde la perspectiva de la oferta, se ha potenciado mucho el desarrollo del turismo cultural, ya que, el turismo en general y el turismo cultural en particular, son actividades generadoras de ingresos y puestos de trabajo. Así, son muchos los países que han potenciado el turismo cultural como motor de desarrollo económico. (Arrom, 2006)

Es común que durante el viaje cultural se busquen los monumentos históricos más importantes de la ciudad de destino, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar, y sucesos o leyendas que cuenten la historia del destino a visitar. (Entorno turístico, 2018)

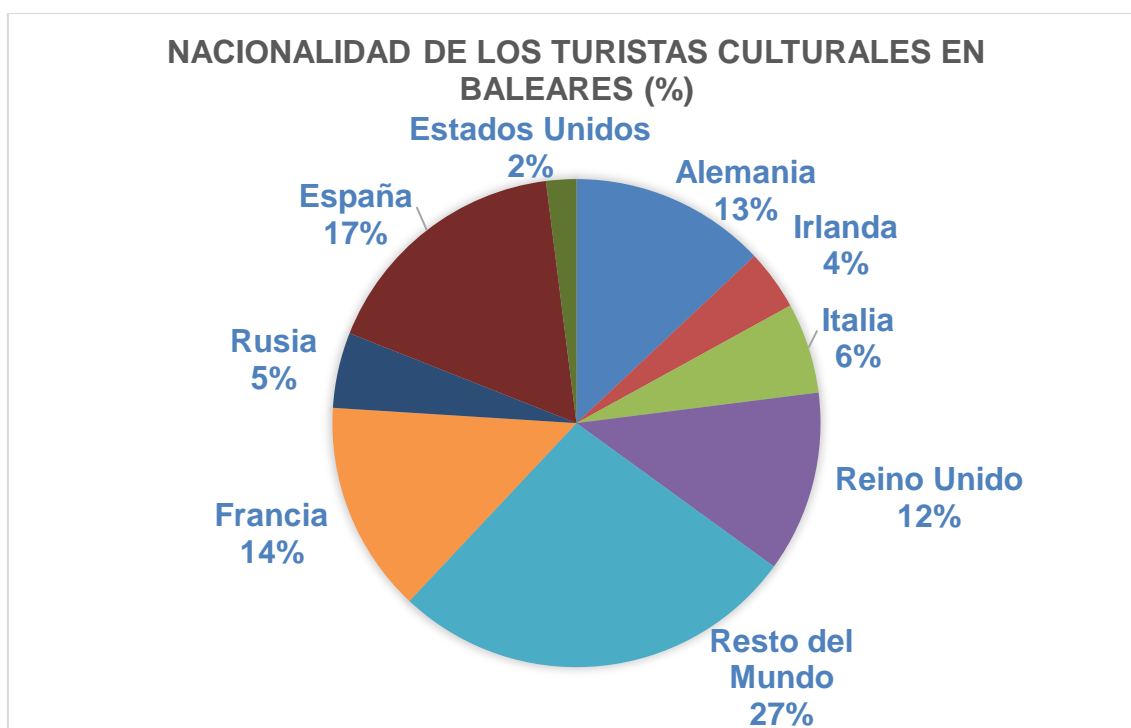
En el caso de Mallorca, el turismo cultural era una base muy importante del turismo previo al desarrollo del turismo de masas, donde los visitantes tenían interés en conocer los elementos más interesantes de nuestro patrimonio y de nuestra historia. La imagen de Mallorca se difundía a través de medios como la televisión, el cine o la música y, lo que al principio el turismo cultural era la potencia mayoritaria, actualmente se ha convertido en una tipología minoritaria. Un claro ejemplo es la propia ciudad de Palma, la cual, pese a su riqueza patrimonial de su centro histórico, no puede considerarse como un factor de atracción turística destacado, sino que se trata de un complemento o foco de atracción subutilizado de todos los núcleos turísticos que la flanquean a lo largo de la bahía. (Arrom, 2006)

De acuerdo con el proyecto de investigación realizado por el Instituto de Estudios Ecológicos (INESE) sobre la potencialidad turística del casco antiguo de Palma (2005), en relación a los lugares más visitados por los turistas, puede establecerse un primer grupo constituido por la catedral (La Seu), el Palau de s'Almudaina y el Castell de Bellver, ya que son los tres recursos de mayor capacidad de atracción y, por tanto, mayor potencialidad para desarrollar un producto turístico. En un segundo nivel aparecen la zona comercial de Palma y Sa Llotja y, en tercer puesto, los museos, siendo el Museu del Baluard el más visitado. (Arrom, 2006)

A parte de la ciudad de Palma, Mallorca dispone de recursos patrimoniales suficientes para poder desarrollar un turismo cultural de calidad, como por ejemplo los núcleos de Sóller o Valldemossa, mercados populares como el de Sineu, la danza *dels Cossiers* en diferentes municipios, las fiestas de *Sant Antoni de Sa Pobla*, o la *Fira del Fang* en Marratxí, entre otros. (Arrom, 2006)

A falta de datos más actuales, según una encuesta realizada por García (2016), el 83% de los turistas que visitan las Islas Baleares por motivos culturales son extranjeros, mientras que el 17% restante proceden del resto de España. Las nacionalidades con mayores porcentajes han sido: Resto del mundo (27%), Alemania (13%), Reino Unido (12%) y Francia (14%).

**GRÁFICO 5.** Nacionalidad de los turistas culturales (2016).



Fuente: García (2016)

Para concluir, hemos podido observar que, en la actualidad, la mayoría de los turistas que visitan alguna propuesta cultural de las islas, lo hacen para complementar otro tipo de turismo que, por lo general, suele ser turismo de sol y playa.

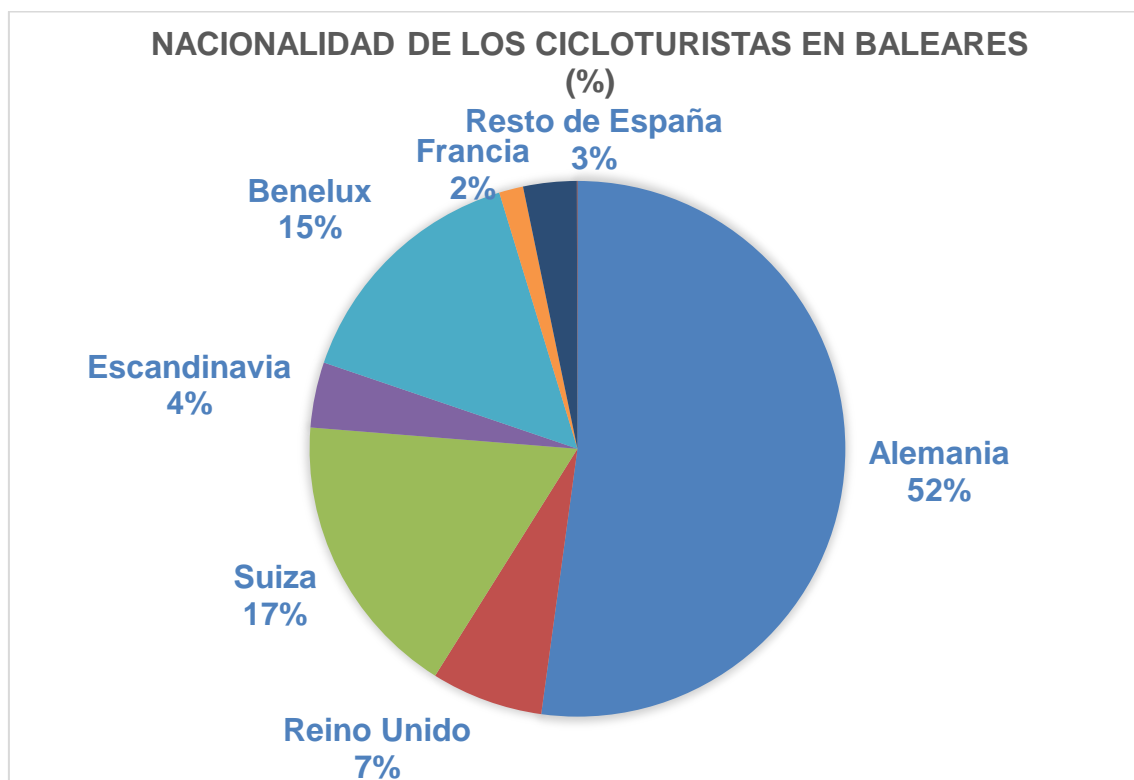
### 4.3. Cicloturismo

Cada vez son más los turistas que eligen las islas Baleares para practicar cicloturismo. Hay que tener en cuenta la elevada repetitividad de los cicloturistas en las Islas y la distribución estacional que conlleva y, así, podemos ver a este tipo de turismo altamente atractivo para ser desarrollado como elemento para combatir la estacionalidad. (Cambra de Comerç, 2003)

Los flujos de cicloturistas que visitan las Islas Baleares se concentran principalmente en los meses de febrero, marzo, abril y mayo; ya que las Baleares tienen un clima templado y más agradable en comparación con otros países del norte de Europa. Por eso, muchos hoteles que acogen entre sus clientes, a cicloturistas, alargan la temporada de apertura de los hoteles o, incluso, no llegan a cerrar sus establecimientos durante el invierno. (Cambra de Comerç, 2003)

En cuanto a la nacionalidad de los cicloturistas que visitan las Baleares, los alemanes son los que representan el mayor porcentaje con el 50%, seguidos por los turistas procedentes de Suiza con el 17%, y Benelux con el 15%. (Garau y Serra, 1999)

**GRÁFICO 6.** Nacionalidad de los cicloturistas (1999).



Fuente: Garau y Serra (1999)

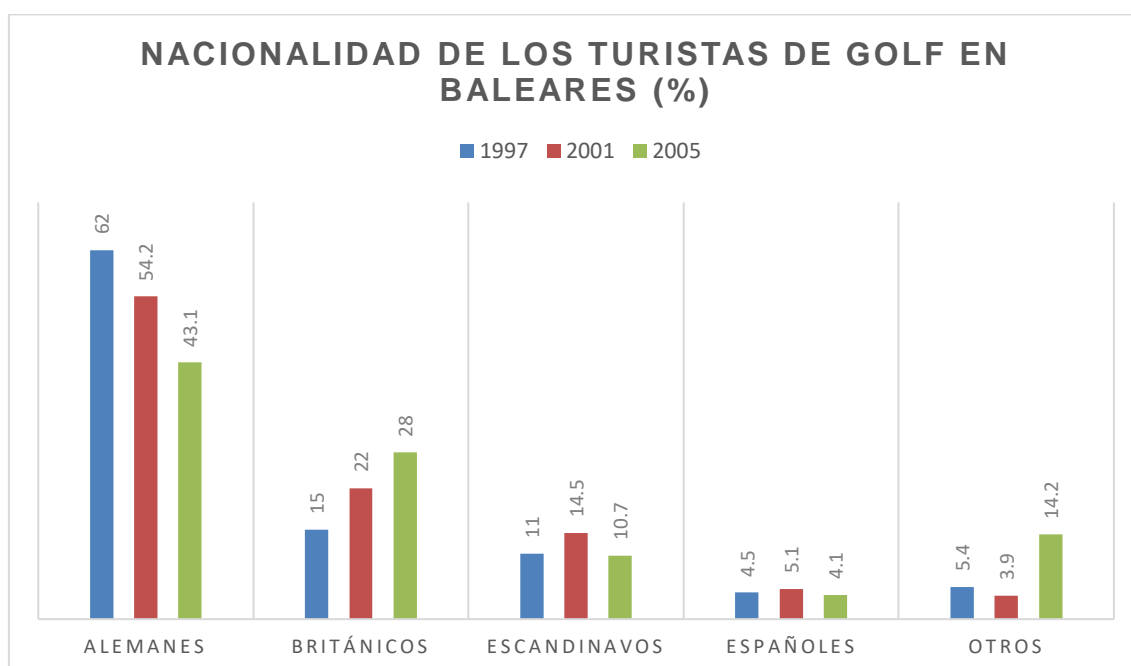
En conclusión, este tipo de turismo ha contribuido a contener la estacionalidad, ya que favorece la llegada de turistas a las islas durante la temporada baja, concretamente los meses de abril, mayo, octubre y noviembre, y eso se debe a las favorables condiciones meteorológicas que se presentan en las Islas Baleares durante esos meses. (Ramis y Llinás, 2014)



#### 4.4. Turismo de golf

En las Islas Baleares se ha desarrollado la práctica del golf durante las últimas décadas y, con ello, se ha desarrollado también un tipo de turismo destinado a la práctica de golf. En el año 1996, en el conjunto de Baleares había ya 16 campos de golf, de los cuales 12 se encontraban en Mallorca, 2 en Ibiza y 1 en Menorca y, en la actualidad, estas cifras se han aumentado. En la oferta de campos de golf en las Islas Baleares se encuentran, entre otros, el golf de Son Vida (Palma), el golf de Son Termes (Bunyola), el golf de Maioris (Llucmajor), y Sa Vinyola (Campos). (Garau, 2005)

**GRÁFICO 7.** Nacionalidad de los turistas de golf (2005).



Fuente: Garau (2005)

A partir de las estadísticas realizadas por Garau (2005), hemos podido llegar a la conclusión que la mayoría de los turistas de golf son principalmente hombres, siendo la proporción 67,4% hombres frente al 32,6% mujeres; que los turistas que juegan a golf en Baleares tienen entre 46 y 60 años; y que los alemanes son la nación mayoritaria, con un 43,1%, aunque se aprecia un fuerte incremento de turistas por parte de los mercados británico y escandinavo.

Igual que con el cicloturismo, hemos llegado a la conclusión de que el turismo de golf pretende combatir la estacionalidad, ya que su práctica se concentra en temporada baja, concretamente durante la primavera y el otoño, y eso responde al hecho que los turistas que practican este deporte viajan a las Baleares cuando en su país de origen las condiciones meteorológicas no son las más favorables.

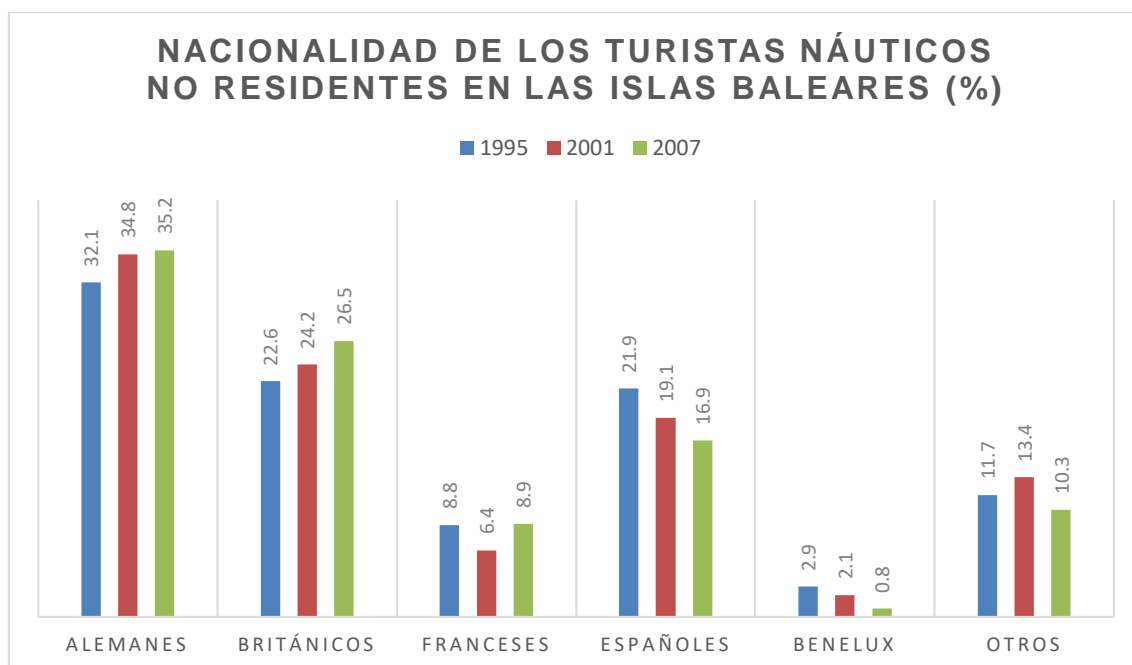
#### 4.5. Turismo náutico

Las Islas Baleares se encuentran en una situación geográfica privilegiada para practicar turismo náutico, ya que se localizan en el mar Mediterráneo y disponen de unas condiciones meteorológicas muy buenas para la navegación. De esta manera, la multitud de calas y la calidad de los paisajes suelen ser los principales motivos para la realización de deporte náutico en las Islas Baleares. (Conselleria de Turisme, 2007)

Además del importante impacto promocional de las grandes competiciones náuticas como la Copa del Rey de Vela o el trofeo de Vela S.A.R. Princesa Sofía, entre otras, y de la participación de la Familia Real Española en varias de estas competiciones, el turismo náutico constituye una importante actividad económica y que mantiene una tendencia de subida. (Cambra de Comerç, 2003)

La mayoría de los turistas náuticos son no residentes, y la mayoría tienen un rango de edad de entre 31 y 45 años, y entre 45 y 65. En cuanto a la nacionalidad de los turistas náuticos, el mercado alemán juntamente con el británico y el español son los que presentan un mayor porcentaje: los alemanes con un 35,2%, los británicos con un 26,5% y los españoles con un 16,9%. (Conselleria de Turisme, 2007)

**GRÁFICO 8.** Nacionalidad de los turistas náuticos (2007).



Fuente: Conselleria de Turisme (2007)

A modo de conclusión, el deporte náutico ha alcanzado un rápido desarrollo en la costa mediterránea (Pareja, 1987) y, una vez más, hay que dar especial importancia a las condiciones climatológicas que se presentan en las Islas Baleares a la hora de practicar este tipo de turismo.

#### **4.6. El turismo de temporada baja en las Baleares**

En las Islas Baleares, se puede observar que el turismo no evoluciona de la misma manera todos los meses del año. Hay que distinguir dos temporadas: la temporada alta, que empieza en abril y acaba en octubre; y la temporada baja, que empieza en noviembre y termina en marzo, es decir, la actividad turística presenta importantes fluctuaciones y, a estas fluctuaciones entre temporadas se les puede llamar “estacionalidad turística”.

Aguiló et al. (2004), afirman que la estacionalidad turística lleva asociada la existencia de fuertes impactos económicos relacionados principalmente con el mercado de trabajo y la subocupación de las instalaciones.

Según las estadísticas publicadas por el Aeropuerto de Palma de Mallorca, se aprecia que la evolución del tráfico de pasajeros en temporada baja ha sido negativa desde 2007. Así, el número de pasajeros en temporada baja ha pasado de los 5 millones en 2007 a 3,3 millones en 2014. Esta disminución del número de pasajeros se debe en parte a la crisis económica que se sufrió durante ese periodo, y ésta, perjudicó tanto los viajes de negocio como los viajes realizados por los residentes de Mallorca. (PricewaterhouseCoopers, 2014)

Cabe destacar que existen varias causas por las cuales hay menos afluencia turística en temporada baja. Una de estas causas es que el hecho de que el destino turístico balear sean las islas, a priori hace que, para los turistas nacionales, las islas sean un destino caro y menos práctico, ya que estos turistas tienen la posibilidad de acceder a otros destinos turísticos en coche. (PricewaterhouseCoopers, 2014)

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, la estancia media del turista nacional en España entre los meses de noviembre de 2016 y marzo de 2017 fue de 3,06 días. (Instituto Nacional de Estadística, 2016-2017) De esta manera, a muchos turistas no les compensa coger un avión para una estancia tan corta.

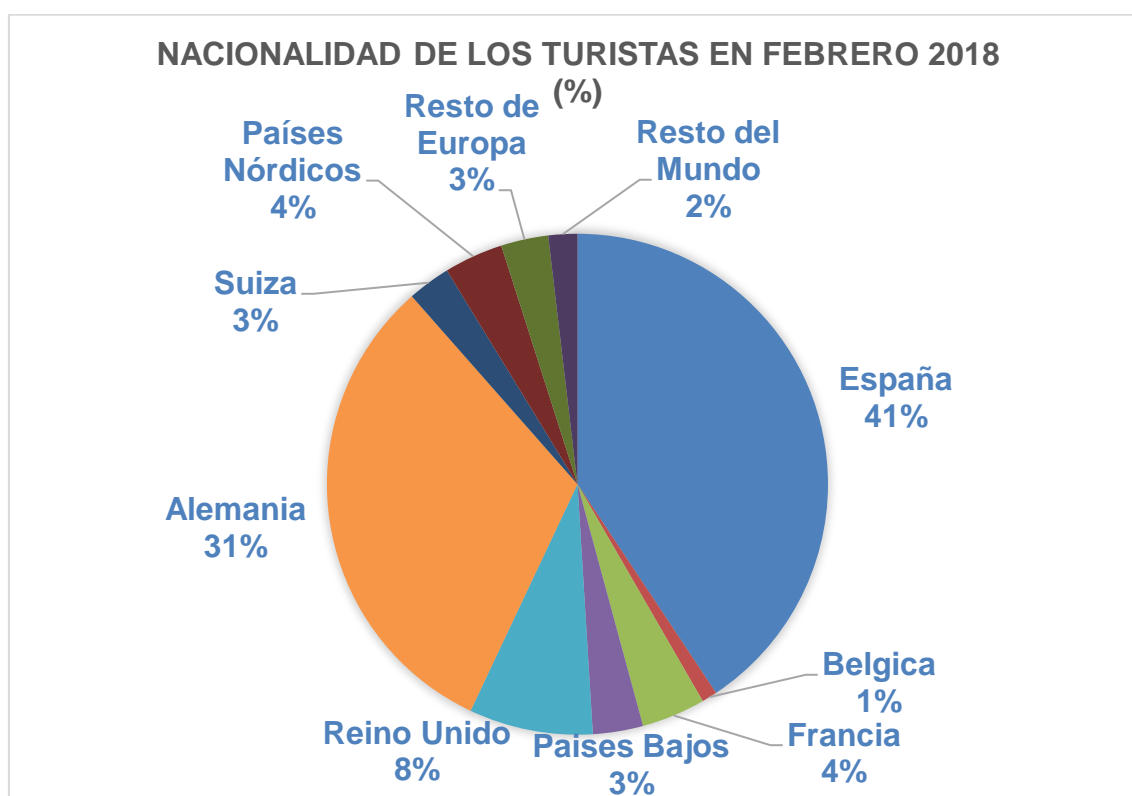
Otra razón por la cual existe una fuerte estacionalidad turística en las Islas Baleares es porque la mayoría de los turistas que llegan a las Islas lo suelen hacer a través del denominado paquete turístico, que incluye como mínimo, transporte y alojamiento. Por otra parte, suele tratarse de un turismo con una capacidad de gasto limitada y cuya motivación principal suele ser la de disfrutar del clima y de las playas, por lo que popularmente suele denominarse turismo masivo de sol y playa. (Aguiló et al., 2004:12)

La imagen de Mallorca se asocia a este turismo de sol y playa, y a pesar de que en temporada baja las Islas Baleares cuentan con un clima agradable, existen muchos más destinos tanto nacionales como internacionales, con más horas de sol y mejores temperaturas como, por ejemplo, destinos como Marruecos o Túnez. Estos destinos tienen una oferta económica más competitiva, constituyendo así, destinos mucho más atractivos para el turismo que busca sol y playa en los meses de temporada baja. (PricewaterhouseCoopers, 2014)

Según el estudio de Aguiló et al. (2004):

Tanto los turistas británicos como los franceses presentan una estacionalidad significativamente más marcada que el resto de nacionalidades con un peso relativo superior en los meses de verano. Por su parte, los turistas españoles aparecen como los más estables a lo largo del año. Sin duda la popularidad de los programas de viajes de la tercera edad podría relacionarse con este comportamiento por parte de los españoles durante la temporada baja. (Aguiló et al, 2004:14)

**GRÁFICO 9.** Nacionalidad de los turistas en temporada baja (febrero 2018).



Fuente: IBESTAT (2018)

Según el gráfico anterior, podemos ver que la nacionalidad de los turistas que más visitan las Islas Baleares en temporada baja es la española y, esto, se debe a los viajes de la tercera edad organizados por el IMSERSO. También destaca la nacionalidad alemana, ya que es un país emisor de cicloturistas en los meses de invierno, y esto es gracias a que las Baleares, presentan un clima mucho más agradable en comparación con Alemania, Reino Unido o los Países Nórdicos.

Como conclusión, podemos observar que la nacionalidad alemana destaca en todos los segmentos, ya sea en temporada alta mientras los turistas disfrutan de las playas, o en temporada baja mientras practican cicloturismo o turismo de golf. Seguida de la nacionalidad alemana, debemos destacar otras nacionalidades como la inglesa o la francesa y, todo esto, hace que las lenguas extranjeras sean un aspecto muy importante en el sector turístico de las Islas Baleares y, en el siguiente capítulo, vamos a analizar la importancia que tienen estas lenguas.

## **CAPÍTULO 5. LENGUAS EXTRANJERAS EN EL SECTOR TURÍSTICO BALEAR**

### **5.1. Importancia de las lenguas extranjeras en el sector turístico**

Las lenguas extranjeras cada vez ganan más importancia en el sector turístico, ya que su uso se ha incrementado tanto en el ámbito privado como en el ámbito profesional o laboral.

En una investigación, Dräxler (2009) afirma:

“Cada vez son más las profesiones y los puestos de trabajo que requieren un dominio de lenguas extranjeras para la resolución de sus tareas. En aquellas actividades que tienen que ver con lugares de trabajo rápidamente cambiantes o simultáneamente diferentes o con grupos multiculturales y plurilingües, se requiere un idioma como medio de comunicación que todos dominen, y éste es en la actualidad, en la mayoría de los casos, el inglés.

El conocimiento de lenguas extranjeras no es solamente un instrumento importante en la moderna vida laboral. No solo son importantes en el contacto hacia el exterior, sino que, debido a la movilidad y a la inmigración, el contacto con el “forastero” forma parte del día a día de cualquier ciudadano europeo”. (Dräxler, 2009:156-159)

Según Dräxler, nuestras sociedades europeas necesitan ciudadanos que sepan actuar simultáneamente en contextos multiculturales y plurilingües, que puedan servirse de otros idiomas para disponer de un radio de acción lo más grande posible en el acceso a informaciones y en la adquisición de conocimientos, que puedan aprender otras lenguas para procurarse nuevos contactos y nuevos mercados y, finalmente, que sepan convivir de manera positiva y productiva con sectores de población de un origen lingüístico y cultural diferente al propio. (Dräxler, 2009)

## 5.2. Impacto de las lenguas extranjeras en los residentes

El encuentro entre turistas y residentes tiene lugar básicamente cuando el turista compra un bien o un servicio, cuando comparten el mismo espacio físico de vida o de entretenimiento y, finalmente, cuando ambos intercambian información. Se ha afirmado con frecuencia que la magnitud del impacto se debe a las características de los turistas y a las diferencias socioculturales entre estos y los residentes en el destino referidas a los sistemas de valores, tradiciones, creencias religiosas, etc. (Aguiló, et al, 2004:39)

La OMT (1998) clasifica los impactos culturales negativos y positivos que tiene el turismo:

**TABLA 2.** Impactos positivos y negativos asociados con el turismo (1998).

<b><i>Factores asociados con el turismo</i></b>	<b><i>Impactos positivos</i></b>	<b><i>Impactos negativos</i></b>
Utilización de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas.	Cambio en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes.	Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales.	Aumento del comercio. Introducción de novedades. Efecto demostración.
Cambios en la estructura económica y social.	Mayores oportunidades económicas y sociales. Disminución de las desigualdades sociales.	Conflictos y tensiones en las comunidades. Pérdida del lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras.	Aumento de las oportunidades de tiempo libre.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y tiempo libre.
Aumento de la población de turistas.	Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.	Congestión, aumento de la criminalidad.

Fuente: OMT (1998)

En la tabla anterior hemos podido observar los impactos que tiene el turismo sobre factores tales como la cultura y la economía local, los residentes o las infraestructuras, y hemos podido comprobar como estos impactos pueden ser positivos o negativos. Por ejemplo, un impacto positivo del turismo sobre los residentes es que hay una ruptura de los estereotipos negativos, es decir, los turistas que visitan las islas pueden ver desde un punto de vista objetivo como son las islas en realidad. En cambio, un impacto negativo del turismo sobre los residentes es que se aumenta el comercio internacional, dando lugar a una disminución del comercio local.

Según una encuesta realizada por Aguiló et al. (2004), existe una valoración claramente positiva de las ventajas que proporciona el turismo a la economía de las Baleares. De esta manera, un 91% de los encuestados están de acuerdo o totalmente de acuerdo en reconocer al turismo como generador de puestos de trabajo, un 83% como atractivo de inversiones y un 86% como oportunidad de negocio para los residentes y comercio al detalle. (Aguiló et al.,2004:57)

Que las Islas Baleares sean uno de los destinos turísticos más importantes hace que los residentes tengan que convivir con personas de diferentes países y, con ello, con las lenguas extranjeras que hablan estas personas. Por eso, es importante que los residentes sepan comunicarse con los turistas, por ejemplo, la comunicación entre un trabajador y su cliente extranjero. Así, el trabajador debe tener un conocimiento en diferentes lenguas extranjeras, cuantas más mejor, para poder dar un excelente servicio a su cliente.

Como conclusión se puede observar que el turismo en general ofrece un impacto positivo en los residentes de las Islas Baleares, ya que el turismo genera un crecimiento económico y crea muchos puestos de trabajo, y hay que mencionar la escasa información que existe sobre los impactos positivos y negativos que tienen las lenguas extranjeras sobre los residentes de las Islas Baleares.

Es muy importante que los empleados del sector turístico ofrezcan el mejor servicio posible a los turistas y, de esta manera, es necesario que estos trabajadores puedan comunicarse con el cliente de una manera eficaz. Por eso, en el siguiente capítulo vamos a analizar la importancia que tiene la formación en idiomas en un destino turístico como las Islas Baleares.



## **CAPÍTULO 6. FORMACIÓN EN IDIOMAS EN LAS ISLAS BALEARES**

La educación obligatoria en España está estructurada de la siguiente manera: Educación infantil, que comprende hasta los seis años de edad; educación primaria, hasta los doce años de edad; y la educación secundaria, hasta los dieciséis años de edad.

Desde los años 90 aproximadamente, la utilización de una lengua extranjera, especialmente la lengua inglesa, como medio de instrucción de materias no lingüísticas ha ido creciendo exponencialmente a lo largo y ancho de Europa. Las políticas de la Unión Europea a favor de que todos los ciudadanos europeos conozcan al menos otras dos lenguas europeas, además de la lengua o lenguas que les son propias, ha allanado el camino para que se produjera esta expansión. Mientras tanto, los fenómenos de internacionalización y globalización han hecho que la lengua inglesa haya sido escogida como lengua de instrucción en aquellas instituciones donde se aplican políticas lingüísticas orientadas al bilingüismo temprano. (Borrull, Catrain, Juan, Salazar y Sanchez, 2008)

A continuación, vamos a detallar las lenguas extranjeras que se ofertan en el sistema educativo español obligatorio, es decir, la educación infantil, la educación primaria y la educación secundaria; y las lenguas extranjeras ofertadas en la escuela oficial de idiomas y en otras instituciones, centrándonos, si se puede obtener la información necesaria, en el caso de las Islas Baleares.

## **6.1. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Infantil**

La educación infantil pretende contribuir al desarrollo físico, intelectual y social de los niños. Se estructura en dos ciclos, el primer ciclo desde cero hasta los tres años, y el segundo ciclo desde los tres hasta los seis años. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018)

Durante esa etapa, es cuando el niño tiene más flexibilidad lingüística y potencia sus habilidades cognitivas, lingüísticas y sociales y, por eso, ya se empieza a enseñar una lengua extranjera que por lo general suele ser el inglés. (Federación de enseñanza de CC.OO. de Andalucía, 2010)

El aprendizaje de una lengua extranjera es considerado un elemento enriquecedor en la Educación infantil. Al iniciar el estudio de una lengua extranjera a una edad tan temprana, se pretende que la enseñanza de ésta se realice de una manera lúdica, dinámica y divertida. Por ejemplo, para facilitar el aprendizaje de una lengua extranjera se suelen hacer juegos para que así, se consiga despertar el interés de los niños hacia esa nueva lengua. (Federación de enseñanza de CC.OO. de Andalucía, 2010) La enseñanza de lengua extranjera durante la educación infantil sirve a su vez para el fomento de actitudes positivas hacia la lengua materna del alumnado y para la creación de hábitos positivos hacia culturas y lenguas distintas a la propia. (Muñoz, 2013)

A falta de datos más recientes, según el Ministerio de Educación y Formación Profesional (2016-2017) en las Islas Baleares, un total de 30.110 alumnos cursaron el inglés como lengua extranjera.

## 6.2. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Primaria

La educación primaria está formada por un total de seis cursos agrupados en tres ciclos de dos cursos cada uno. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018)

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, expresa que, durante esta etapa, los niños deben adquirir en, al menos, una lengua extranjera la competencia comunicativa básica que les permita expresar y comprender mensajes sencillos y desenvolverse en situaciones cotidianas. (Boletín Oficial del Estado, 2006)

En todos los cursos de la Educación Primaria, los alumnos deben cursar con carácter obligatorio una primera lengua extranjera, el inglés y, en función de la regulación y de la programación de la oferta educativa, podrán escoger la enseñanza de una segunda lengua extranjera como asignatura optativa, que suele ser el alemán o el francés. (Boletín Oficial del Estado, 2006)

En el caso de las Islas Baleares, también es obligatorio cursar una primera lengua extranjera como el inglés, y la *Conselleria d'Educació, Cultura i Universitat* destaca la importancia de trabajar la interacción comunicativa con el uso de unos recursos didácticos específicos como son los libros, las canciones, los juegos, y también recursos procedentes de las tecnologías de la información y comunicación como el internet. (El Web Educatiu de les Illes Balears, 2017)

También es aconsejable que a lo largo de toda la etapa educativa se trabajen la comprensión y la expresión tanto oral como escrita. La *Conselleria d'Educació, Cultura i Universitat* también aconseja que en los primeros años solo se trabaje la comprensión oral y, más tarde, a medida que los alumnos adquieran una base en lengua extranjera, se puede aplicar la producción oral para, finalmente, introducir progresivamente las destrezas escritas. (El Web Educatiu de les Illes Balears, 2017)

Al igual que en el caso de la Educación infantil, a falta de datos más recientes, según el Ministerio de Educación y Formación Profesional (2016-2017), 70.138 alumnos cursaron inglés como lengua extranjera.

### **6.3. Formación en lenguas extranjeras en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO)**

La Educación Secundaria Obligatoria (ESO) tiene como objetivo transmitir a todos los alumnos los elementos básicos de la cultura y prepararlos para la incorporación a la vida activa o para acceder a la formación profesional específica de grado medio o al bachillerato. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018)

Según la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, la ESO se organiza en materias y comprende dos ciclos, el primero de tres cursos escolares y el segundo de un curso. Durante todos los cursos, los alumnos y alumnas deben cursar obligatoriamente el inglés como primera lengua extranjera y, en función de la regulación y de la programación de la oferta educativa que establezca cada Administración educativa, los alumnos podrán optar por la enseñanza de una segunda lengua extranjera como materia optativa (alemán o francés). Además, los alumnos deben cursar la materia lengua cooficial y literatura del bloque de asignaturas de libre configuración autonómica en aquellas Comunidades Autónomas que posean dicha lengua cooficial, que en el caso de las Islas Baleares es el catalán. (Boletín Oficial del Estado, 2006)

Igual que en el caso de Educación infantil y Educación primaria, los datos más recientes que se han podido obtener son del curso 2016-2017. Según el Ministerio de Educación y Formación Profesional (2016-2017), en las Islas Baleares, 41.284 alumnos cursan inglés, 2.476 francés y 9.226 alemán como lengua extranjera.

Según hemos podido comprobar en las estadísticas, el inglés es la lengua extranjera más cursada en la enseñanza obligatoria de las Islas Baleares, seguida por el alemán.

#### 6.4. La Escuela oficial de idiomas (EOI)

En las Islas Baleares existe una red de estudios especializados de idiomas formada por seis centros: cuatro en Mallorca (Palma, Inca, Manacor y Calviá), una en Mahón (con aulas de ampliación en Ciudadela), y una en Ibiza (con aulas de ampliación en Formentera). (Escuela Oficial de Idiomas, 2017)

Las Escuelas Oficiales de Idiomas (EOI) son centros públicos especializados en la enseñanza de lenguas y ofrecen la enseñanza de muchos niveles, desde el básico hasta el C2. Estas escuelas en las Islas Baleares ofrecen cursos de alemán, inglés, árabe, catalán, español, francés, italiano, ruso y chino; y estos cursos se pueden hacer presenciales o también se pueden cursar a distancia. (Garcias, 2006)

Las titulaciones de las escuelas oficiales de idiomas están reconocidas a nivel estatal y, para poder asistir a un curso en las EOI, es imprescindible pasar una prueba de nivel durante los procesos de preinscripción y matrícula. (Escuela Oficial de Idiomas, 2017)

En Palma de Mallorca, se encuentra la Escuela Oficial de Idiomas (EOI) creada por el Real decreto 1837/1986 de 22 de agosto (BOE de 10-09-1986) y fue puesta en funcionamiento el 1 de octubre de 1986. Es un centro público que depende de la Conserjería de Educación y Universidad del Gobierno de las Islas Baleares. (Escuela Oficial de Idiomas, 2017)

Cabe destacar que la EOI de Palma es la que tiene más oferta educativa y más alumnos. (Garcias, 2006)

**TABLA 3.** Número de alumnos de la EOI de Palma por idioma.

Año académico	Alemán	Inglés	Árabe	Catalán	Español	Francés	Italiano	Ruso	Chino
2016-2017	707	4503	86	169	264	259	198	191	117
2015-2016	759	6013	116	178	280	321	217	269	144
2014-2015	765	7375	101	125	241	345	224	310	173
2013-2014	880	5796	115	101	249	405	235	335	184
2012-2013	823	2724	114	162	244	402	254	233	212

Fuente: Escuela Oficial de Idiomas (2017)

**TABLA 4.** Número de alumnos de la EOI por idioma y nivel (2016-2017).

2016-2017	Básico 1	Básico 2	Intermedio 1	Intermedio 2	Avanzado 1	Avanzado 2	C1	C2	Total
Alemán	298	137	116	68	27	40	21	-	707
Inglés	620	694	726	861	626	584	310	81	4502
Catalán	49	15	20	22	21	20	22	-	169
Español	48	35	35	31	55	31	29	-	264
Francés	125	56	37	20	8	13	-	-	259
Italiano	74	40	24	28	14	18	-	-	198

Fuente: Escuela Oficial de Idiomas (2017)

Las estadísticas más recientes que se han podido obtener son del curso 2016-2017 y, según estas estadísticas, el inglés es el idioma que más se cursa en la Escuela Oficial de Idiomas de Palma, mientras que el árabe es el idioma en el que menos alumnos están matriculados. Hay que comentar que hay más alumnos matriculados en niveles intermedios de inglés, en cambio en otros idiomas como el alemán, el francés o el italiano, hay más alumnos matriculados en niveles básicos, donde la enseñanza se empieza de cero.

## 6.5. La Facultad de Turismo de las Islas Baleares

La Facultad de Turismo de la Universidad de las Islas Baleares tiene como objetivo ofrecer al alumno una formación especializada en el sector económico más importante de las Islas Baleares, el sector turístico. (Universidad de las Islas Baleares, 2019)

El Grado en Turismo en las Islas Baleares está formado por cuatro cursos, en los cuales se incluye la formación en varias disciplinas como son el derecho, la geografía o la economía en general y, también, la formación en idiomas como son el inglés, y el alemán o el francés. Esta formación en idiomas se clasifica en tres cursos de inglés obligatorios hasta el nivel B2 y un curso de carácter optativo; y tres cursos de alemán o francés obligatorios hasta el nivel B1 inicial. Después de haber cursado el Grado en Turismo, el alumno ya tendrá las habilidades necesarias para trabajar en el sector turístico, por ejemplo, en empresas de alojamiento, empresas de intermediación, empresas de transporte, o empresas de consultoría en el ámbito turístico entre otras y, por eso, se debe destacar la importancia de haber recibido un nivel alto de formación en inglés. (Universidad de las Islas Baleares, 2019)

**TABLA 5.** Número de alumnos matriculados en el Grado de Turismo en la Universidad de las Islas Baleares.

	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Alumnos de nuevo ingreso	167	168	170
Alumnos matriculados	618	656	677
Alumnos titulados	60	85	84

Fuente: Universidad de las Islas Baleares (2019)

También cabe destacar el papel del denominado Servicio lingüístico, que fue creado en 1983 bajo el nombre de *Servicio de Normalización Lingüística de la Universidad de las Islas Baleares*. Al principio, era un servicio de corrección y traducción de textos para la administración de la Universidad, y se encargaba de dar clases de catalán a funcionarios; pero hoy en día, también ofrece formación y aprendizaje de idiomas, vela por la calidad lingüística, y proporciona métodos de traducción y corrección científico-institucionales. En resumen, su objetivo principal es el de dar respuesta a cualquier necesidad lingüística que pueda surgir en la vida universitaria. (Universidad de las Islas Baleares, 2019)

Los idiomas que ofrece esta institución son catalán, español y lenguas modernas, como por ejemplo inglés o alemán. (Universidad de las Islas Baleares, 2019)

Se debe aclarar que no ha sido posible encontrar datos reales de alumnos matriculados en la página web del Servicio lingüístico de la Universidad de las Islas Baleares.

A todo esto, la formación en idiomas en una zona turística como las Islas Baleares es muy importante, y hemos llegado a la conclusión de que el inglés es la lengua de la cual más gente recibe formación, ya sea en la escuela, en academias de idiomas o en la Facultad de Turismo en la Universidad de las Islas. También, hay que destacar el alemán como segunda lengua extranjera más aprendida en academias de idiomas. Por eso, en el siguiente capítulo, vamos a analizar mediante estudios de caso reales las lenguas extranjeras que más deben utilizar los empleados de dos hoteles situados en la isla de Mallorca.



## CAPÍTULO 7. ESTUDIOS DE CASO

### 7.1. Metodología

Para el estudio de caso me he centrado en la obtención y análisis de datos reales sobre las lenguas extranjeras que deben usar los empleados de dos hoteles diferentes a la hora de desempeñar sus tareas, y los hoteles elegidos han sido el Hipotels Playa de Palma Palace, situado en la Playa de Palma; y el Viva Eden Lago, situado en Alcúdia.

He elegido dos hoteles de diferente categoría (cinco y cuatro estrellas respectivamente) y situados en dos zonas diferentes de Mallorca para, así, poder sacar una conclusión final y comparar los dos hoteles, ya que los dos acogen diferentes segmentos de clientes, ya sea turismo de sol y playa o turismo de convenciones entre otros.

Los datos han sido obtenidos mediante encuestas y entrevistas hechas directamente por mí a los empleados de los diferentes departamentos del hotel, es decir, al departamento de dirección, recepción, cocina, *housekeeping*, y animación; y dichas encuestas han sido realizadas entre los meses de abril y diciembre de 2018. Así, a partir de los datos obtenidos en las entrevistas, se han podido hacer unas estadísticas concretas para cada hotel que a continuación se especificarán.

## **7.2. Encuesta a HIPOTELS PLAYA DE PALMA PALACE (Playa de Palma)**

El primer hotel que se va a analizar es el Hipotels Playa de Palma Palace, el cual está situado en la Playa de Palma, Mallorca, y es un hotel de cinco estrellas de nueva construcción ideal para vacaciones o negocios. Este hotel cuenta con servicios tales como piscinas exteriores y climatizadas, spa, gimnasio y una gran oferta de entretenimiento ya que, durante el día, se realizan actividades de deporte y animación y, durante la noche, se celebran espectáculos en la terraza situada en la azotea del hotel. (Hipotels, 2019)

Como se ha aclarado anteriormente, una de las razones por las cuales se ha decidido encuestar al personal de este hotel es la diversidad de segmentos que abarca éste. El segmento que más predomina es el de sol y playa, dado por la proximidad del hotel a la Playa de Palma, pero también hay quienes visitan el hotel por temas de negocios, ya que el Hipotels Playa de Palma Palace cuenta con una sala de conferencias con todas las facilidades técnicas para la organización de reuniones y conferencias. (Hipotels, 2019)

También se debe dar importancia relevante a los turistas que visitan Mallorca con el fin de hacer deporte. A esta extensión, el hotel acoge cada año a miles de jugadores de golf que escogen la isla como destino por la calidad de las instalaciones y el clima; y a turistas que visitan la isla para practicar cicloturismo, sobre todo en los meses de invierno. (Hipotels, 2019)

En cuanto a los datos obtenidos directamente del personal del hotel, ha sido posible entrevistar al subdirector, a la segunda jefa de recepción, al segundo chef de cocina y al jefe de animación.

El subdirector del hotel es un hombre de treinta y cuatro años de nacionalidad española que ha estudiado la carrera universitaria de Administración y Dirección de Empresas y trabaja en el hotel diez meses al año, es decir, desde que abre el hotel en febrero, hasta que cierra en noviembre. En su día a día, se encarga de la atención al cliente, la coordinación de todos los departamentos, la gestión del personal, el control de calidad y del funcionamiento de las instalaciones, y la gestión de quejas y comentarios online. Según el subdirector del hotel, los turistas que visitan el hotel lo suelen hacer en pareja, y el rango de edad que se aloja mayoritariamente en el hotel va desde los 45 a los 65 años, excepto durante los meses de verano, que suele visitar el hotel un público más joven.

En cuanto a la nacionalidad predominante en el hotel es la alemana y parece que en el futuro seguirá siendo así, dado por la zona en la que se encuentra el hotel y los turoperadores con los que trabaja.

El hotel se promociona a través de la página web de la cadena, la cual la podemos encontrar en tres idiomas (español, inglés y alemán), pero también hay que mencionar el papel de las redes sociales tales como Facebook, Twitter o Instagram, ya que los clientes suelen hacer reclamaciones a través de ellas. Los clientes pueden redactar opiniones, aspectos a mejorar o incluso quejas sobre su estancia en el hotel, pero la dirección y el departamento de marketing se encargan de gestionar estos comentarios en las redes sociales.

A lo que a idiomas se refiere, el subdirector del hotel habla dos lenguas extranjeras, que son alemán e inglés, aprendidas en el colegio, en la Universidad, en una academia y durante una estancia en Alemania. Asegura que, en su puesto de trabajo, el idioma extranjero que utiliza con más frecuencia es el alemán, seguido por el inglés, el ruso, el italiano y el francés; y las tareas que debe desempeñar en lengua extranjera son hablar con los clientes y resolver problemas, hablar con turoperadores, y contestar e-mails.

La segunda jefa de recepción es una chica de treinta y un años de nacionalidad española que ha estudiado la diplomatura de Turismo y, al igual que el subdirector, trabaja diez meses al año. Habla cuatro lenguas extranjeras, que son inglés, alemán, francés y sueco, siendo inglés la que mejor domina. Asegura que estas lenguas las ha aprendido en el colegio, en la Universidad y en una academia. En su puesto de trabajo, las lenguas extranjeras que más utiliza son inglés y alemán en igual medida, seguidas por francés, sueco, italiano y ruso.

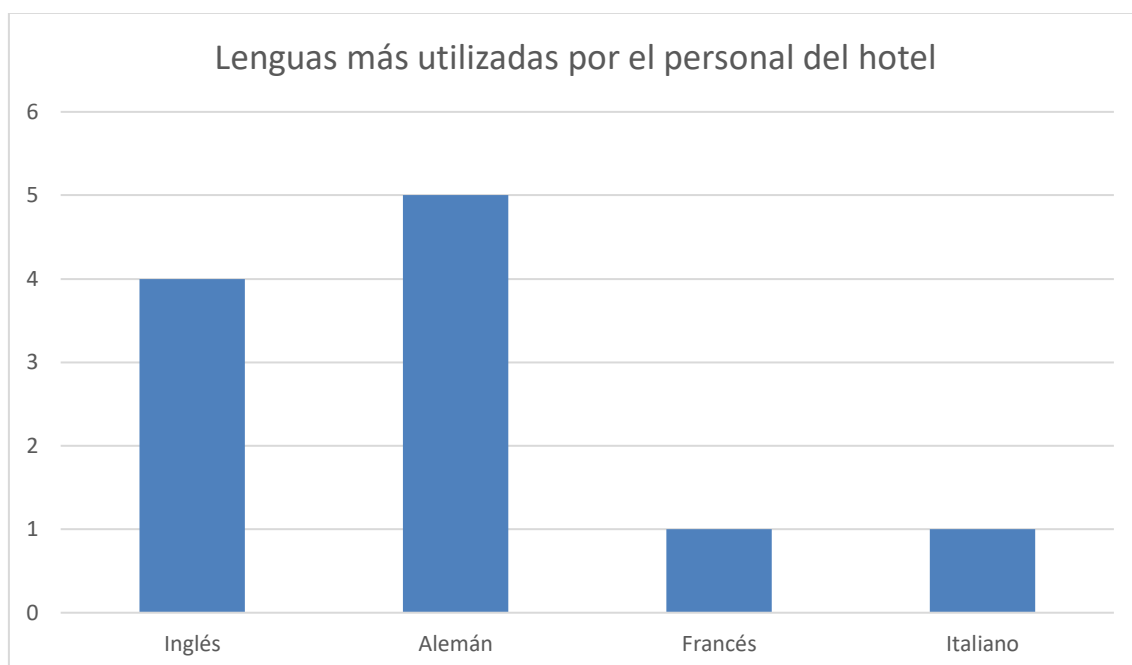
Entre las tareas que debe desempeñar en lengua extranjera hay que destacar hacer el *check-in* y el *check-out*, hablar directamente o por teléfono con los clientes, hablar con turoperadores extranjeros, reaccionar a quejas de los huéspedes, escribir e-mails, o hablar directamente con guías turísticos.

El segundo chef de cocina es un hombre de cuarenta y ocho años de nacionalidad italiana que trabaja en el hotel diez meses al año y habla cuatro idiomas, italiano, español, inglés y francés; siendo español su lengua extranjera que mejor domina. Podemos decir que en su puesto de trabajo casi no utiliza lenguas extranjeras, solo español para comunicarse con los otros cocineros, pero algunas veces, debe saber explicar la carta a los clientes extranjeros y la lengua que utiliza es inglés.

La última encuesta se realizó al jefe de animación, un chico de treinta y nueve años de nacionalidad tunecina, que trabaja en el hotel diez meses al año y que está en posesión del diploma superior de animación. Su lengua materna es árabe y francés, pero habla seis idiomas en total: árabe, francés, español, inglés, alemán e italiano, siendo árabe, francés, español e inglés los que mejor domina. Durante el desarrollo de las actividades recreativas que tienen lugar en el hotel, como por ejemplo gimnasia, yoga, paseos en bici, etc., las lenguas extranjeras más usadas son inglés y alemán, pero asegura que se hace la misma actividad en diferentes idiomas. También, debe desempeñar otras tareas en lengua extranjera, como saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes; informar sobre las actividades recreativas del hotel, hacer carteles informativos sobre los horarios de las actividades, explicar las reglas del juego a los niños, ejercer como profesor en algún deporte, enseñar coreografías o resolver algún problema que el huésped pueda tener.

A la hora de entrevistar a los empleados del hotel, una de las preguntas era marcar del 1 al 5 el grado de utilización de cada lengua extranjera en el puesto de trabajo, siendo el 1 muy poca frecuencia y el 5 mucha frecuencia. De esta manera, se puede observar en el siguiente gráfico la frecuencia de utilización de diferentes idiomas, y todos los trabajadores entrevistados coincidieron en que la lengua extranjera utilizada con más frecuencia es el alemán, seguida por el inglés.

**GRÁFICO 10.** Lenguas más utilizadas por el personal del hotel (2019).



Fuente: Elaboración propia (2019)

Para finalizar, se ha podido llegar a la conclusión que el Hipotels Playa de Palma Palace es un hotel que abarca segmentos tales como turismo de sol y playa y turismo de negocios y que el perfil del turista que predomina en el hotel son parejas que visitan la isla para disfrutar de las playas.

### 7.3. Encuesta a HOTEL VIVA EDEN LAGO (Alcúdia)

A continuación, se va a analizar el segundo hotel, el Viva Eden Lago, que es un hotel de cuatro estrellas construido en 1988 que se encuentra en la localidad de Alcúdia, Mallorca y está abierto entre los meses de marzo y octubre. El hotel toma su nombre de su ubicación junto al Lago Esperanza, y ofrece un servicio todo incluido a sus huéspedes. Este hotel también cuenta con servicios tales como piscina exterior y solárium, zona infantil con columpios, castillo hinchable y toboganes; espacio para *teenagers*, donde pueden jugar a la *Playstation* y ver vídeos musicales; e instalaciones deportivas que incluyen cuatro pistas de tenis, ciclismo, pista polideportiva, gimnasio, sala de spinning y mini-golf. (Hotelsviva, 2018)

A lo que a las encuestas realizadas al personal del hotel se refiere, se ha podido entrevistar al director del hotel, al jefe de recepción, a dos recepcionistas, a la gobernanta, al jefe de cocina, al jefe de sala y bar; y al jefe de animación.

El director del hotel es un hombre de cuarenta y siete años de nacionalidad española que ha estudiado el denominado T.E.A.T. (Técnico en empresas y actividades turísticas). En su día a día, se encarga de organizar, supervisar y dirigir el funcionamiento del hotel para que tanto clientes externos como internos estén totalmente satisfechos, así como intentar sacar el máximo beneficio posible de la gestión del hotel. Según el director, las familias de mediana edad con niños pequeños son el tipo de cliente que suele visitar más el hotel, pero hay que aclarar que, durante los meses de marzo y abril, el perfil del turista que predomina es el turista que viaja para practicar deporte (Cicloturistas en mayor medida), y la nacionalidad de estos turistas suele ser alemana o escandinava, concretamente danesa o sueca.

El hotel se promociona a través de la página web de la compañía y la podemos encontrar en tres idiomas diferentes, español, inglés y alemán. También utiliza redes sociales tales como Facebook, Instagram o Twitter, de las cuales la Central de Viva Hotels & Resorts y la dirección del hotel se hacen cargo, y a través de estas redes sociales, los clientes suelen hacer comentarios sobre las instalaciones y servicios del hotel durante su estancia. Refiriéndose a idiomas, el director habla dos lenguas extranjeras que son inglés y alemán, siendo la primera la que mejor domina, y ha aprendido estas lenguas en la universidad, en academias, y durante su experiencia en el hotel. Inglés y alemán, son las dos lenguas que más utiliza en su puesto de trabajo, ya que debe hablar directamente con los huéspedes, resolver problemas con los clientes, gestionar las relaciones con proveedores externos y turoperadores, y gestionar opiniones en redes sociales, entre otras tareas.

A la cabeza de la recepción hay una mujer de cuarenta y seis años de nacionalidad española que habla tres lenguas extranjeras, inglés, alemán y sueco, siendo inglés la lengua que mejor domina. Las tareas que debe desempeñar como jefa de recepción son planificar el departamento, gestionar reservas, gestionar cobros, atender al cliente, comunicarse con turoperadores, agencias y guías; y coordinar sus tareas con el departamento comercial.

La jefa de recepción, en su puesto de trabajo, utiliza en mayor medida idiomas como inglés, alemán y escandinavo, ya que debe comunicarse con el cliente y desempeñar tareas como el *check-in* y el *check-out*, saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes; informar sobre los servicios e instalaciones del hotel, recomendar lugares de interés o reaccionar a quejas.

En cuanto a las dos encuestas adicionales realizadas al departamento de recepción, se han hecho entrevistas a dos mujeres de nacionalidad española, una de cuarenta y cuatro años, y otra de treinta y uno, las cuales hablan dos lenguas extranjeras que son inglés y alemán que han aprendido en los respectivos países y en academias de idiomas. Entre las tareas que deben desempeñar en su puesto de trabajo utilizando una lengua extranjera que, en su caso, es inglés y alemán, están realizar *check-in* y *check-out*, escribir cartas y contestar reclamaciones, escribir informes, hablar con turoperadores y guías turísticos, o reaccionar a quejas que el huésped pueda tener.

La Gobernanta del hotel es una mujer de cincuenta años de nacionalidad española que tiene estudios superiores de regiduría de pisos. Sus tareas en su día a día en el hotel son supervisar y repartir el trabajo diario, realizar inventarios de ropa y productos, controlar entradas y salidas de ropa, realizar un test de seguimiento de las camareras de piso, establecer estándares de calidad, o informar de averías que puedan presentarse en las habitaciones del hotel. En cuanto a idiomas, habla inglés y alemán, los cuales ha aprendido en la universidad, pero hay que aclarar que, en su puesto de trabajo, no utiliza esas lenguas extranjeras de manera habitual, ya que no suele hablar directamente con los huéspedes del hotel.

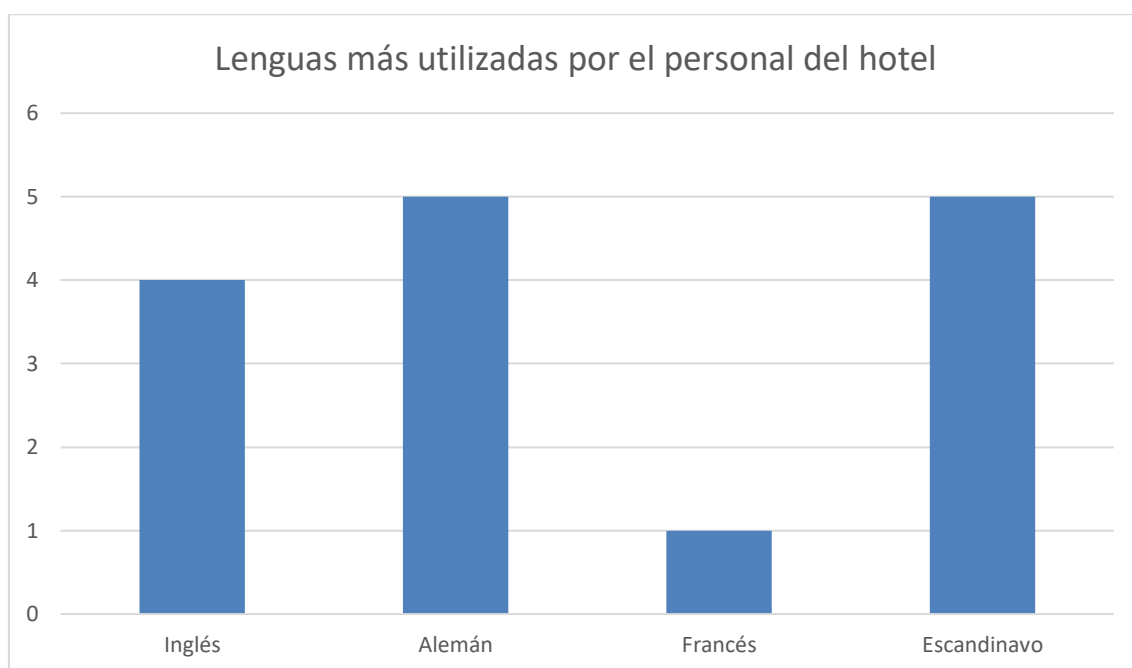
El jefe de cocina es un hombre de cuarenta y cuatro años de nacionalidad española que ha cursado el Grado Superior de Hostelería y habla dos lenguas extranjeras, inglés y francés, siendo la segunda la que más domina. Asegura que estas lenguas las ha aprendido en academias de idiomas y la que más usa en su puesto de trabajo es inglés, por ejemplo, cuando debe saludar a los clientes o cuando tiene que concretar algún aspecto relacionado con la comida del buffet.

El jefe de cocina y bar es un hombre español de cincuenta y seis años de edad que tiene el curso de formación profesional de administrativo. Habla tres idiomas, inglés, francés y alemán, los cuales ha aprendido en el colegio, en academias y durante estancias en el extranjero. Asegura que las lenguas extranjeras más usadas en su puesto de trabajo son inglés y alemán, y que debe desempeñar tareas usando lengua extranjera tales como saludar o dar la bienvenida a los clientes del restaurante, recomendar platos, explicar la carta y los ingredientes de los platos o saber reaccionar a quejas entre otras.

Y el último entrevistado, el jefe de animación es un hombre italiano de treinta y seis años que habla cuatro idiomas en total, italiano, inglés, francés, alemán y español, siendo inglés y español los que más domina. En el hotel se ofrecen servicios de animación tales como juegos en la piscina, *shows*, o actividades de deporte con lo que el personal de animación debe saber informar sobre estas actividades recreativas. Por lo general, el idioma que más usa el jefe de animación en su puesto de trabajo es inglés, ya que debe presentar los *shows* que tienen lugar en el hotel, debe explicar las reglas de los juegos a los niños o resolver algún problema que los clientes puedan tener.

A continuación, podemos observar en el gráfico la frecuencia con la cual los empleados del hotel utilizan las diferentes lenguas extranjeras a la hora de desempeñar sus funciones, y los trabajadores del hotel están de acuerdo en que los idiomas más utilizados son el alemán y el escandinavo en igual medida, seguidos por el inglés.

**GRÁFICO 11.** Lenguas más utilizadas por el personal del hotel (2019).



Fuente: Elaboración propia (2019)

Así, se ha podido comprobar que el hotel Viva Eden Lago es un hotel en el que predominan las familias con niños pequeños procedentes de Alemania y Escandinavia que visitan la isla de Mallorca para realizar turismo de ocio.



Respecto a la comparación que se puede realizar entre los dos hoteles que se han encuestado, se puede decir que los dos tienen algo en común, y es que acogen a turistas motivados por el turismo de sol y playa en verano y a visitantes aficionados al cicloturismo durante los meses de invierno. El Hipotels Playa de Palma Palace recibe turistas mayoritariamente de Alemania mientras que el Viva Eden Lago recibe tanto turistas alemanes como escandinavos (concretamente de Suecia y Dinamarca) y como se ha podido comprobar en las entrevistas, las lenguas extranjeras que más usan los empleados de los hoteles son inglés y alemán en el caso del Hipotels Playa de Palma Palace, y alemán y sueco en el caso del Viva Eden Lago.

Para finalizar, hay que mencionar la escasa información que ofrecen las páginas web de los hoteles ya que, a la hora de buscar información en ellas, sólo se han encontrado unas pocas aclaraciones sobre los servicios que se ofrecen en los hoteles. Personalmente, creo que las páginas web de las cadenas hoteleras en general deberían proporcionar más información, ya que de esta manera podrían promocionarse mejor.

## CAPÍTULO 8. CONCLUSIONES

En este trabajo se han podido analizar aspectos tales como la evolución del turismo que ha tenido lugar en las Islas Baleares, las principales instituciones relacionadas con el turismo, las lenguas oficiales y cooficiales, o el impacto que tiene el turismo en general sobre los residentes, ya que se ha demostrado que el turismo, en las Islas Baleares, crea muchos puestos de trabajo y eso conlleva una mejora en la economía de esta comunidad autónoma.

También, se ha podido realizar un análisis estadístico sobre las nacionalidades de turistas que visitan las islas cada año y se ha podido llegar a la conclusión que la isla que acoge a más turistas es Mallorca y, que la nacionalidad que predomina entre los turistas que visitan las Islas Baleares en el caso de Mallorca es la alemana, mientras que en el caso de Menorca, Ibiza y Formentera es la inglesa. Pero también, cabe mencionar otros idiomas, como es el caso del sueco, que juega un papel importante dentro del ámbito del turismo, ya que el uso de las lenguas escandinavas va en auge.

Como la finalidad del trabajo era señalar la importancia de las lenguas extranjeras en una zona turística como las Islas Baleares, se ha llevado a cabo una investigación mediante encuestas y entrevistas a los empleados de diferentes departamentos de dos hoteles, y esto nos ha permitido hacer una comparación sobre las nacionalidades de los turistas que acogen cada uno de los hoteles, así como un análisis sobre las necesidades lingüísticas de sus empleados, como por ejemplo la variedad de idiomas que deben usar a la hora de desempeñar sus funciones en su puesto de trabajo o la frecuencia de uso de estas lenguas.

Gracias a esta investigación, se ha puesto de relevancia la importancia de tener una buena formación en lenguas extranjeras en una comunidad autónoma como las Islas Baleares, sobre todo en los idiomas inglés y alemán, ya que son los más demandados en los puestos de trabajo por representar a los grupos de turistas mayoritarios en las islas. Sin embargo, hay que mencionar otros idiomas como el francés, el sueco o el italiano, ya que también visitan las islas turistas procedentes de países donde se hablan estos idiomas y, igual que a los turistas ingleses y alemanes, hay que prestarles el mejor servicio posible. De esta manera, hemos podido comprobar que de cada vez más hay más alumnos matriculados en cursos facilitados por las academias de idiomas de las islas, como por ejemplo cursos de inglés, alemán o francés, y no hay que olvidar los cursos de otros idiomas como chino, ruso o árabe, en los cuales actualmente hay una menor cantidad de alumnos matriculados pero que ganan más importancia año tras año.

Para acabar, quiero poner especial atención a la escasez de datos recientes que existe en las páginas web de las instituciones y principales organizaciones turísticas. De esta manera, me gustaría aclarar que en algunos apartados de este trabajo de fin de grado no se han podido analizar los datos del último año, así que se ha realizado un análisis de los datos más recientes que se han podido obtener. Como opinión personal, pienso que las páginas web de los hoteles y las instituciones públicas deberían actualizar sus datos e información más a menudo para así facilitar la información que permita hacer análisis más profundos y rigurosos que contribuyan al mejor conocimiento de nuestro mercado turístico con el fin de mejorar la calidad de la oferta.

## CAPÍTULO 9. ANEXOS

### 1.MODELO DE ENCUESTA PARA EL DIRECTOR DEL HOTEL

Por favor, marque con una cruz o rellene:

Sexo: M  F

Edad:

Nacionalidad:

Puesto o cargo:

¿Cuántas temporadas lleva en el Hotel?

¿Cuántos meses al año trabaja en el Hotel?

¿Qué tipo de formación tiene?

Estudios básicos  Formación profesional  Estudios superiores/universidad

¿Qué grado ha estudiado?

¿Cuál es su lengua materna?

¿Cuantas lenguas extranjeras habla? ¿Cuáles?

¿Cuál de estas lenguas domina mejor?

¿Dónde aprendió estas lenguas?

¿Cree que su formación en lenguas extranjeras es suficiente para su puesto de trabajo?

¿Ha recibido alguna vez clases por parte de una academia para aprender alguna lengua extranjera?

En caso positivo, ¿de qué lenguas extranjeras ha recibido formación?

¿Que otras lenguas extranjeras le gustaría aprender?

¿Qué tareas debe desempeñar como gerente?

¿Se puede segmentar el tipo de cliente que visita este hotel? Sí  No

Especificar los segmentos:

¿Cuál es el tipo de cliente que visita más este hotel?

¿Qué rango de edad se aloja mayoritariamente en este hotel?

¿Cuál es la nacionalidad que suele visitar más este hotel?

¿Cuál es la previsión de futuro sobre las nacionalidades de los clientes que se alojarán en este hotel?

¿Qué lenguas extranjeras utiliza en su puesto de trabajo? Marque con una X según la frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Inglés 1 2 3 4 5

Francés 1 2 3 4 5

Alemán 1 2 3 4 5

Italiano 1 2 3 4 5

Ruso 1 2 3 4 5

Chino 1 2 3 4 5

Otras:

¿Qué competencias en lengua extranjera son más importantes para su puesto de trabajo? Marque con una X según importancia. 1 (muy poca importancia) 5 (mucho importancia)

Hablar directamente con los huéspedes 1 2 3 4 5

Gestionar las relaciones con proveedores externos 1 2 3 4 5

Gestionar las relaciones con Turoperadores 1 2 3 4 5

Solucionar problemas cotidianos de los huéspedes 1 2 3 4 5

Confeccionar informes para la cadena hotelera 1 2 3 4 5

Hacer presentaciones a los directivos de la empresa 1 2 3 4 5

Gestionar las opiniones de los clientes en *Trip Advisor* 1 2 3 4 5

¿Qué competencias en lenguas extranjeras le gustaría mejorar?

¿Recibe algún curso de formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Ha recibido alguna vez formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Le gustaría recibir más formación por parte de la empresa?

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en inglés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar con proveedores externos 1 2 3 4 5

Hablar con Turoperadores 1 2 3 4 5

Hacer informes 1 2 3 4 5

Hacer inventarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que los huéspedes puedan tener 1 2 3 4 5

Realizar presentaciones a directivos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en alemán? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar con proveedores externos 1 2 3 4 5

Hablar con Turoperadores 1 2 3 4 5

Hacer informes 1 2 3 4 5

Hacer inventarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que los huéspedes puedan tener 1 2 3 4 5

Realizar presentaciones a directivos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en francés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar con proveedores externos 1 2 3 4 5

Hablar con Turoperadores 1 2 3 4 5

Hacer informes 1 2 3 4 5

Hacer inventarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que los huéspedes puedan tener 1 2 3 4 5

Realizar presentaciones a directivos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Ha tenido que desempeñar alguna de las tareas anteriores en alguna otra lengua extranjera no especificada?

En caso positivo, ¿En cuál?

¿Quién gestiona la página web del Hotel?

¿En cuántos idiomas está la página web del Hotel?

¿Utiliza el hotel Redes Sociales? Sí  No

En caso positivo, ¿cuáles utiliza?

¿Quién es el responsable o responsables en la gestión de estas redes sociales?

¿Suelen hacer los clientes reclamaciones a través de las redes sociales?

Sí  No

En caso positivo, ¿Qué tipo de reclamaciones suelen hacer?

## 2.MODELO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE RECEPCIÓN

Por favor, marque con una cruz o rellene:

Sexo: M  F

Edad:

Nacionalidad:

Puesto o cargo:

¿Cuántas temporadas lleva en el Hotel?

¿Cuántos meses al año trabaja en el Hotel?

Qué tipo de formación tiene:

Estudios básicos  Formación profesional  Estudios superiores/universidad

¿Qué grado ha estudiado?

¿Cuál es su lengua materna?

¿Cuantas lenguas extranjeras habla?

¿Cuáles?

¿Cuál de estas lenguas domina mejor?

¿Dónde aprendió estas lenguas?

¿Cree que su formación en lenguas extranjeras es suficiente para su puesto de trabajo?

¿Ha recibido alguna vez clases por parte de una academia para aprender alguna lengua extranjera?

En caso positivo, ¿de qué lengua extranjera ha recibido formación?

¿Que otras lenguas extranjeras le gustaría aprender?

¿Qué tareas debe desempeñar como recepcionista de hotel?

¿Qué lenguas extranjeras utiliza en su puesto de trabajo? Marque con una X según la frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (muchísima frecuencia)

Inglés 1 2 3 4 5

Francés 1 2 3 4 5

Alemán 1 2 3 4 5

Italiano 1 2 3 4 5

Ruso 1 2 3 4 5

Chino 1 2 3 4 5

Otras:

¿Qué competencias en lengua extranjera son más importantes para su puesto de trabajo? Marque con una X según importancia. 1 (muy poca importancia) 5 (muchísima importancia)

Escribir cartas o contestar reclamaciones 1 2 3 4 5

Hacer *Check-in* y *Check-out* 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas de los huéspedes 1 2 3 4 5

Escribir informes 1 2 3 4 5

Escribir e-mails y comentarios breves en páginas web o redes 1 2 3 4 5

Traducir textos para la página web 1 2 3 4 5

Entender textos escritos 1 2 3 4 5

Entender verbalmente a los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Hablar directamente con los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Hablar por teléfono con clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Hablar con turoperadores extranjeros 1 2 3 4 5

Hablar directamente con guías turísticos 1 2 3 4 5

¿Qué competencias en lenguas extranjeras le gustaría mejorar?

¿Recibe algún curso de formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Ha recibido alguna vez formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Le gustaría recibir más formación por parte de la empresa?

¿Había trabajado ya anteriormente con clientes extranjeros? Sí  No

En caso positivo, ¿Qué puesto desempeñaba?



¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en inglés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hacer *check-in* y *check-out* 1 2 3 4 5

Informar sobre instalaciones del hotel 1 2 3 4 5

Informar sobre servicios en el hotel y horarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar lugares de interés 1 2 3 4 5

Recomendar restaurantes 1 2 3 4 5

Recomendar excursiones ofrecidas por el hotel 1 2 3 4 5

Agradecer comentarios positivos de clientes en las redes 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en alemán? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hacer *check-in* y *check-out* 1 2 3 4 5

Informar sobre instalaciones del hotel 1 2 3 4 5

Informar sobre servicios en el hotel y horarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar lugares de interés 1 2 3 4 5

Recomendar restaurantes 1 2 3 4 5

Recomendar excursiones ofrecidas por el hotel 1 2 3 4 5

Agradecer comentarios positivos de clientes en las redes 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en francés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hacer *check-in* y *check-out* 1 2 3 4 5

Informar sobre instalaciones del hotel 1 2 3 4 5

Informar sobre servicios del hotel y horarios 1 2 3 4 5

Resolver problemas de los clientes 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar lugares de interés 1 2 3 4 5

Recomendar restaurantes 1 2 3 4 5

Recomendar excursiones ofrecidas por el hotel 1 2 3 4 5

Agradecer comentarios positivos de clientes en las redes 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Ha tenido que desempeñar alguna de las tareas anteriores en alguna otra lengua extranjera no especificada?

En caso positivo, ¿En cuál?

¿Quién gestiona la página web del Hotel?

¿En cuántos idiomas está la página web del Hotel?

¿Utiliza el hotel Redes Sociales? Sí  No

En caso positivo, ¿cuáles utiliza?

¿Quién es el responsable o responsables en la gestión de estas redes sociales?

¿Suelen hacer los clientes reclamaciones a través de las redes sociales?  
Sí  No

En caso positivo, ¿Qué tipo de reclamaciones suelen hacer?

### 3.MODELO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE COCINA Y CAMAREROS

Por favor, marque con una cruz o rellene:

Sexo: M  F

Edad:

Nacionalidad:

Puesto o cargo:

¿Cuántos empleados hay en total desempeñando su mismo cargo?

¿Qué jerarquía hay en la cocina?

¿Qué jerarquía hay en el restaurante?

¿Cuántas temporadas lleva en el Hotel?

¿Cuántos meses al año trabaja en el Hotel?

Qué tipo de formación tiene:

Estudios básicos  Formación profesional  Estudios superiores/universidad

Especificar:

¿Ha recibido formación en alguna lengua extranjera durante sus estudios?

¿Cuál es su lengua materna?

¿Cuántas lenguas extranjeras habla?

¿Cuáles?

¿Cuál de estas lenguas domina mejor?

¿Dónde aprendió estas lenguas?

¿Cree que su formación en lenguas extranjeras es suficiente para su puesto de trabajo?

¿Ha recibido alguna vez clases por parte de una academia para aprender alguna lengua extranjera?

En caso positivo, ¿de qué lengua extranjera ha recibido formación?

¿Que otras lenguas extranjeras le gustaría aprender?

¿Qué lenguas extranjeras utiliza en su puesto de trabajo? Marque con una X según la frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Inglés 1 2 3 4 5

Francés 1 2 3 4 5

Alemán 1 2 3 4 5

Italiano 1 2 3 4 5

Ruso 1 2 3 4 5

Chino 1 2 3 4 5

Otras:

¿Qué competencias en lengua extranjera son más importantes para su puesto de trabajo? Marque con una X según importancia. 1 (muy poca importancia) 5 (mucho importancia)

Saber explicar la carta a los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Saber explicar los ingredientes de los platos a los clientes 1 2 3 4 5

Entender verbalmente a los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Hablar directamente con los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Saber reaccionar a quejas 1 2 3 4 5

¿Qué competencias en lenguas extranjeras le gustaría mejorar?

¿Recibe algún curso de formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Ha recibido alguna vez formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Le gustaría recibir más formación por parte de la empresa?

¿Había trabajado ya anteriormente con clientes extranjeros? Sí  No

En caso positivo, ¿Qué puesto desempeñaba?

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en inglés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Informar sobre los platos 1 2 3 4 5

Informar sobre los horarios del restaurante 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas sobre los platos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar platos 1 2 3 4 5

Contestar a preguntas de los clientes con respecto a la carta del restaurante  
1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en alemán? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Informar sobre los platos 1 2 3 4 5

Informar sobre los horarios del restaurante 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas sobre los platos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar platos 1 2 3 4 5

Contestar a preguntas de los clientes con respecto a la carta del restaurante  
1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en francés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Informar sobre los platos 1 2 3 4 5

Informar sobre los horarios del restaurante 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas sobre los platos 1 2 3 4 5

Hacer *Small-Talk* con el cliente 1 2 3 4 5

Recomendar platos 1 2 3 4 5

Contestar a preguntas de los clientes con respecto a la carta del restaurante 1  
2 3 4 5

Otras tareas:

¿Ha tenido que desempeñar alguna de las tareas anteriores en alguna otra lengua extranjera no especificada?

En caso positivo, ¿En cuál?

#### 4.MODELO DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE HOUSEKEEPING

Por favor, marque con una cruz o rellene:

Sexo: M  F

Edad:

Nacionalidad:

Puesto o cargo:

¿Cuántas temporadas lleva en el Hotel?

¿Cuántos meses al año trabaja en el Hotel?

Qué tipo de formación tiene:

Estudios básicos  Formación profesional  Estudios superiores/universidad

Especificar:

¿Cuál es su lengua materna?

¿Cuántas lenguas extranjeras habla?

¿Cuáles?

¿Cuál de estas lenguas domina mejor?

¿Dónde aprendió estas lenguas?

¿Cree que su formación en lenguas extranjeras es suficiente para su puesto de trabajo?

¿Ha recibido alguna vez clases por parte de una academia para aprender alguna lengua extranjera?

En caso positivo, ¿de qué lengua extranjera ha recibido formación?

¿Que otras lenguas extranjeras le gustaría aprender?

¿Cuáles son sus funciones en el departamento de *Housekeeping* del hotel?

¿Qué lenguas extranjeras utiliza en su puesto de trabajo? Marque con una X según la frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (muchísima frecuencia)

Inglés 1 2 3 4 5

Francés 1 2 3 4 5

Alemán 1 2 3 4 5

Italiano 1 2 3 4 5

Ruso 1 2 3 4 5

Chino 1 2 3 4 5

Otras:

¿Qué competencias en lengua extranjera son más importantes para su puesto de trabajo? Marque con una X según importancia. 1 (muy poca importancia) 5 (muchísima importancia)

Hablar directamente con los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Dirigir y controlar el departamento de *Housekeeping* 1 2 3 4 5

Establecer estándares de calidad 1 2 3 4 5

Presupuestar los gastos del departamento 1 2 3 4 5

Redactar informes 1 2 3 4 5

Entrenar a sus empleados 1 2 3 4 5

Supervisar el trabajo 1 2 3 4 5

Corregir el trabajo mal realizado 1 2 3 4 5

Realizar inventarios 1 2 3 4 5

Informar averías 1 2 3 4 5

¿Qué competencias en lenguas extranjeras le gustaría mejorar?

¿Recibe algún curso de formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Ha recibido alguna vez formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Le gustaría recibir más formación por parte de la empresa? Sí  No

¿Había trabajado ya anteriormente con clientes extranjeros? Sí  No

En caso positivo, ¿Qué puesto desempeñaba?

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en inglés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (muchísima frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Redactar informes 1 2 3 4 5

Realizar inventarios 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Resolver problemas cotidianos del huésped 1 2 3 4 5

Comunicarse con los empleados 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en alemán? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Redactar informes 1 2 3 4 5

Realizar inventarios 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Resolver problemas cotidianos del huésped 1 2 3 4 5

Comunicarse con los empleados 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en francés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Redactar informes 1 2 3 4 5

Realizar inventarios 1 2 3 4 5

Reaccionar a quejas que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Resolver problemas cotidianos del huésped 1 2 3 4 5

Comunicarse con los empleados 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Ha tenido que desempeñar alguna de las tareas anteriores en alguna otra lengua extranjera no especificada?

En caso positivo, ¿En cuál?



## 5.MODELO DE ENCUESTA PARA PERSONAL DE ANIMACIÓN

Por favor, marque con una cruz o rellene:

Sexo: M  F

Edad:

Nacionalidad:

Puesto o cargo:

¿Cuántos empleados hay en total desempeñando su mismo cargo?

¿Cuántas temporadas lleva en el Hotel?

¿Cuántos meses al año trabaja en el Hotel?

Qué tipo de formación tiene:

Estudios básicos  Formación profesional  Estudios superiores/universidad

Especificar:

¿Ha recibido formación en alguna lengua extranjera durante sus estudios?

¿Cuál es su lengua materna?

¿Cuantas lenguas extranjeras habla?

¿Cuáles?

¿Cuál de estas lenguas domina mejor?

¿Dónde aprendió estas lenguas?

¿Cree que su formación en lenguas extranjeras es suficiente para su puesto de trabajo?

¿Ha recibido alguna vez clases por parte de una academia para aprender alguna lengua extranjera?

En caso positivo, ¿de qué lengua extranjera ha recibido formación?

¿Que otras lenguas extranjeras le gustaría aprender?

¿Qué competencias en lengua extranjera son más importantes para su puesto de trabajo? Marque con una X según importancia. 1 (muy poca importancia) 5 (mucho importancia)

Hablar directamente con los clientes extranjeros 1 2 3 4 5

Recomendar actividades en el hotel 1 2 3 4 5

Explicar juegos a los niños 1 2 3 4 5

Organizar actividades con los compañeros del hotel 1 2 3 4 5

¿Qué tipo de actividades recreativas se desarrollan en el hotel?

¿En qué idiomas se suelen desarrollar estas actividades?

Marque con una X según la frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Inglés 1 2 3 4 5

Francés 1 2 3 4 5

Alemán 1 2 3 4 5

Italiano 1 2 3 4 5

Ruso 1 2 3 4 5

Chino 1 2 3 4 5

Otros:

¿Se suele hacer la misma actividad en diferentes lenguas? Sí  No

¿Cuál es la lengua extranjera más usada en el desarrollo de las actividades recreativas?

¿Qué competencias en lenguas extranjeras le gustaría mejorar?

¿Recibe algún curso de formación en lenguas extranjeras por parte de la empresa? Sí  No

¿Ha recibido alguna vez algún curso de animación en inglés por parte de la empresa? Sí  No

¿Le gustaría recibir más formación por parte de la empresa?

¿Había trabajado ya anteriormente con clientes extranjeros? Sí  No

En caso positivo, ¿Qué puesto desempeñaba?

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en inglés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar directamente con el cliente 1 2 3 4 5

Informar sobre las actividades recreativas del hotel 1 2 3 4 5

Hacer carteles informativos sobre los horarios de las actividades 1 2 3 4 5

Explicar las reglas del juego a los niños 1 2 3 4 5

Ejercer como profesor en algún deporte 1 2 3 4 5

Enseñar coreografías 1 2 3 4 5

Resolver algún problema que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en alemán? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar directamente con el cliente 1 2 3 4 5

Informar sobre las actividades recreativas del hotel 1 2 3 4 5

Hacer carteles informativos sobre los horarios de las actividades 1 2 3 4 5

Explicar las reglas del juego a los niños 1 2 3 4 5

Ejercer como profesor en algún deporte 1 2 3 4 5

Enseñar coreografías 1 2 3 4 5

Resolver algún problema que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Qué tareas debe desempeñar con más frecuencia en francés? Marque con una X según frecuencia. 1 (muy poca frecuencia) 5 (mucho frecuencia)

Saludar, dar la bienvenida o despedir a los clientes 1 2 3 4 5

Hablar directamente con el cliente 1 2 3 4 5

Informar sobre las actividades recreativas del hotel 1 2 3 4 5

Hacer carteles informativos sobre los horarios de las actividades 1 2 3 4 5

Explicar las reglas del juego a los niños 1 2 3 4 5

Ejercer como profesor en algún deporte 1 2 3 4 5

Enseñar coreografías 1 2 3 4 5

Resolver algún problema que el cliente pueda tener 1 2 3 4 5

Otras tareas:

¿Ha tenido que desempeñar alguna de las tareas anteriores en alguna otra lengua extranjera no especificada?

En caso positivo, ¿En cuál?

## CAPÍTULO 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares. (2013). Govern de les Illes Balears. Indicadores de demanda turística por islas. *El perfil del turista en Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera desde 2011*. Recuperado de [http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/es/por\\_islas-27994](http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/es/por_islas-27994) [Consultado: 20 abril 2018].

Agència d'Estratègia Turística de les Illes Balears, Vicepresidència i Conselleria d'Innovació, Recerca i Turisme. Govern de les Illes Balears. (2018). Recuperado de <http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/f/258108> [Consultado: 10 marzo 2019].

Aguiló, E., Barros, V., García, M. & Rosselló, J. (2004). *El Perfil del turismo de temporada baja en las Baleares*. Palma: Universitat de les Illes Balears.

Aguiló, E., Barros, V., García, M & Rosselló, J. (2004). *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Palma: Universitat de les Illes Balears.

Annexos del Decret 32/2014, de 18 de Juliol, pel qual s'estableix el currículum de l'educació primària a les Illes Balears. *Primera llengua estrangera: Anglès* (2017). Recuperado de [http://weib.caib.es/Normativa/Curriculum\\_IB/educacio\\_primaria\\_lomce\\_.htm](http://weib.caib.es/Normativa/Curriculum_IB/educacio_primaria_lomce_.htm) [Consultado: 10 abril 2018].

Arrom Munar, J.M. (2010). *El turismo cultural en Mallorca: recursos, productos y potencialidades (Memoria de investigación, Universitat de les Illes Balears)*. Recuperado de [http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/memoriesUIB/archives/Arrom\\_Mu.dir/Arrom\\_Munar\\_Joana\\_Maria.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/memoriesUIB/archives/Arrom_Mu.dir/Arrom_Munar_Joana_Maria.pdf) [Consultado: 5 marzo 2019]

Arrom Munar, J.M. (2006): "Impactes socioculturals del turisme", en Arrom Munar, J.M.; Picornell Cladera, M.; Pomar Gomà, A.M.; Ramis Cirer, C.I. (coords.) (2006): *Per una nova cultura del turisme*. Pàg. 163-175. Institut d'Estudis Ecològics (INESE). Palma, 2006.

Borrull, M. N., Catrain, M., Juan, M., Salazar, J. & Sánchez, R. (2008). La enseñanza del inglés como lengua extranjera basada en contenidos. Percepciones del profesorado de educación secundaria en las Islas Baleares. *IN. Revista Electrónica d'Investigació i Innovació Educativa i Socioeducativa*. V1, nº 0, Pág. 105-128. Recuperado 23 de Abril de 2018 de [http://www.in.uib.cat/pags/volumenes/vol1\\_num0/borull\\_otros/index.html](http://www.in.uib.cat/pags/volumenes/vol1_num0/borull_otros/index.html) [Consultado: 23 abril 2018]

Cambrà de comerç. (2003). *Situación actual y perspectivas del turismo en las Illes Balears. Bases para una contribución a la reflexión sobre su futuro*. Recuperado de [http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp\\_324.pdf](http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_324.pdf) [Consultado: 9 abril 2018].

Coll, M. A, & Seguí, M, (2014). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca. *Cuadernos de turismo*, (33), Pág. 15-30. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195611/160061> [Consultado: 21 Marzo 2018].

Conselleria de Turisme. (2007). *El turismo náutico en Balears. 2007*. Recuperado de <http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/f/79724> [Consultado: 9 abril 2018].

Conselleria, Educació i Universitat. GOIB. (2017). *Language Assistant Handbook. Balearic Islands*. Recuperado de <http://www.caib.es/sites/llenguaestrangera/f/235511> [Consultado: 9 abril 2018].

Dräxler, H. (2009). Presencia cultural y educativa de la lengua alemana en España: una aportación a la formación para un futuro plurilingüista y multicultural. En H-D. Dräxler, J. Jiménez, J. Martínez-Dueñas, V. Vázquez, C. Pérez & S. Whanon. *Las lenguas extranjeras como vehículo de comunicación intercultural*, Pág. 155-172. Madrid: Secretaría general técnica de la subdirección general de información y publicaciones.

Economía de Mallorca. (2018). *El sector turístico Balear genera empleo a todo tren y bate récords en verano*. Recuperado de <http://economiamallorca.com/not/13795/el-sector-turistico-balear-genera-empleo-a-todo-tren-y-bate-records-en-verano/> [Consultado: 16 abril 2018].

Editora de libros de viaje Lonely Planet. (sf). *Historia de Mallorca*. Recuperado de <https://www.lonelyplanet.es/europa/espana/mallorca/historia> [Consultado: 7 abril 2018].

Entorno turístico. (2018). *Tipos de turismo que existen*. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/> [Consultado: 8 abril 2018].

Escuela Oficial de Idiomas. (2017). *Preguntas frecuentes*. Recuperado de <https://eoipalma.com/leoi-de-palma/faqs/preguntas-frecuentes-sobre-les-proves-danivellacio/> [Consultado: 12 marzo 2018].

Escuela Oficial de Idiomas. (2017). *Qui som*. Recuperado de <https://eoipalma.com/leoi-de-palma/qui-som/> [Consultado: 12 marzo 2018].

Federación de Enseñanza de CC.OO. de Andalucía. (2010). La lengua extranjera inglesa en educación infantil. *Temas para la educación. Revista digital para profesionales de la enseñanza*. Nº 10. Recuperado de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7427.pdf> [Consultado: 15 abril 2018].

Fluxá, M. (2017, Julio, 23). Mallorca en verano: destino de sol, playa...y cultura. *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/viajes/espana/2017/07/21/59708ae7ca474157758b4683.html> [Consultado: 14 marzo 2018].

Garau, J. & Serra, A. (1999). *El cicloturismo en Balears. 1998*. Recuperado de <http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/f/80107> [Consultado: 20 abril 2018].

Garau, J. (2005). *El turismo de golf en Balears. 2005*. Recuperado de <http://www.caib.es/sites/estadistiquesdelturisme/f/79736> [Consultado: 20 abril 2018].

García, L. (2016). *El Perfil del turista cultural en Palma*. (Trabajo fin de grado, Universidad de las Islas Baleares, España). Recuperado de [http://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3195/Garcia\\_Hernandez\\_Leire.pdf?sequence=3](http://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3195/Garcia_Hernandez_Leire.pdf?sequence=3) [Consultado: 23 marzo 2019].

Garcias, M. (2006). *Les escoles Oficials d'Idiomes de les Illes Balears*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4734659.pdf> [Consultado: 24 marzo 2019].

Guerra, I. (2016, diciembre, 29). Destino turístico nacional; las Islas Baleares. Destino turístico internacional México. *La república. Diario obrero y republicano*. Recuperado de <https://larepublica.es/2016/12/29/destino-turistico-nacional-las-islas-baleares-destino-turistico-internacional-mexico/> [Consultado: 20 abril 2018].

Hipotels. (2019). *Hoteles. Hipotels Playa de Palma Palace. Actividades*. Recuperado de <https://www.hipotels.com/hoteles/playadepalmapalace/actividades/> [Consultado: 17 marzo 2019].

Hipotels. (2019). *Hoteles. Hipotels Playa de Palma Palace. El Hotel*. Recuperado de <https://www.hipotels.com/hoteles/playadepalmapalace/> [Consultado: 17 marzo 2019].

Hipotels. (2019). *Hoteles. Hipotels Playa de Palma Palace. Eventos*. Recuperado de <https://www.hipotels.com/hoteles/playadepalmapalace/eventos/> [Consultado: 17 marzo 2019].

Hipotels. (2019). *Hoteles. Hipotels Playa de Palma Palace. Servicios*. Recuperado de <https://www.hipotels.com/hoteles/playadepalmapalace/servicios/> [Consultado: 17 marzo 2019].

HotelsViva. (2018). *Viva Eden Lago. Actividades*. Recuperado de <https://www.hotelsviva.com/es-es/viva-eden-lago/actividades> [Consultado: 19 marzo 2019].

HotelsViva. (2018). *Viva Eden Lago*. Recuperado de <https://www.hotelsviva.com/es-es/viva-eden-lago/> [Consultado: 19 marzo 2019].

HotelsViva. (2018). *Viva Eden Lago*. Recuperado de <https://www.hotelsviva.com/hubfs/VIVA%20PARTNERS/Fichas%20Hoteles/TDS%202018%20EDEN%20LAGO%20esp.pdf?hsCtaTracking=d0484bd4-c9cb-4d85-856f-c7c4542acf09%7C08f03044-4722-4e80-bfdc-ba8a2ff64a68> [Consultado: 19 marzo 2019].

HotelsViva. (2018). *Viva Eden Lago. Servicios*. Recuperado de <https://www.hotelsviva.com/es-es/viva-eden-lago/servicios> [Consultado: 19 marzo 2019].

Institut d'Estadística de les Illes Balears. (2016). *Flujo de turistas FRONTUR Julio 2016 y acumulado 2016*. Recuperado de [https://ibestat.caib.es/ibfiles/content/files/noticias/2016/nota\\_FR2016M07\\_cast.pdf](https://ibestat.caib.es/ibfiles/content/files/noticias/2016/nota_FR2016M07_cast.pdf). [Consultado: 20 abril 2018].

Institut d'Estadística de les Illes Balears. (2018). *Flujo de turistas FRONTUR Julio 2018 y acumulado 2018*. Recuperado de [https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/3f1887a5-b9b7-413b-9159-cb499cf29246/es/l208002\\_n301.px](https://ibestat.caib.es/ibestat/estadistiques/043d7774-cd6c-4363-929a-703aaa0cb9e0/3f1887a5-b9b7-413b-9159-cb499cf29246/es/l208002_n301.px) [Consultado: 20 abril 2018].

Instituto Nacional de Estadística. (2018). *Movimientos turísticos en fronteras. Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal*. Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23988> [Consultado: 20 abril 2018].

Instituto Nacional de Estadística. (2018). *Movimientos turísticos en fronteras. Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal*. Recuperado de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=10823> [Consultado: 20 abril 2018].

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación, BOE núm. 106, sección 7899 (2006) recuperado de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-7899-consolidado.pdf> [Consultado: 16 abril 2018].

Ministerio de Educación y Formación Profesional. Ministerio de Cultura y Deporte. (Curso 2016-2017). Enseñanzas no universitarias. *Lenguas Extranjeras. Aprendizaje de lenguas extranjeras como materia. Alumnado de enseñanzas de Régimen General que cursa lengua extranjera por enseñanza, comunidad autónoma y lengua. Educación infantil-segundo ciclo, Illes Balears*. Recuperado de <http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Educacion/Alumnado/Lenguasextran/2016-2017/Materia//l0/&file=Materia01.px&type=pcaxis> [Consultado: 1 abril 2019].

Ministerio de Educación y Formación Profesional. Ministerio de Cultura y Deporte. (Curso 2016-2017). Enseñanzas no universitarias. *Lenguas Extranjeras. Aprendizaje de lenguas extranjeras como materia. Alumnado de enseñanzas de Régimen General que cursa lengua extranjera por enseñanza, comunidad autónoma y lengua. Educación primaria, Illes Balears*. Recuperado de <http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Educacion/Alumnado/Lenguasextran/2016-2017/Materia//l0/&file=Materia01.px&type=pcaxis> [Consultado: 1 abril 2019].



Ministerio de Educación y Formación Profesional. Ministerio de Cultura y Deporte. (Curso 2016-2017). Enseñanzas no universitarias. *Lenguas Extranjeras. Aprendizaje de lenguas extranjeras como materia. Alumnado de enseñanzas de Régimen General que cursa lengua extranjera por enseñanza, comunidad autónoma y lengua. Educación secundaria obligatoria. Illes Balears.* Recuperado de <http://estadisticas.mecd.gob.es/EducaJaxiPx/Datos.htm?path=/Educacion/Alumnado/Lenguasextran/2016-2017/Materia//I0/&file=Materia01.px&type=pcaxis> [Consultado: 1 abril 2019].

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2018). *Educación infantil.* Recuperado en <https://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/en/areas-educacion/estudiantes/educacion-infantil.html> [Consultado: 1 abril 2019].

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2018). *Educación primaria.* Recuperado en <https://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/en/areas-educacion/estudiantes/educacion-primaria.html> [Consultado: 1 abril 2019].

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2018). *Educación Secundaria Obligatoria.* Recuperado en <https://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/en/areas-educacion/estudiantes/educacion-secundaria.html> [Consultado: 1 abril 2019].

Moneo, M. (2019, febrer 22). *Baleares lidera los destinos de sol y playa más rentables.* Diario de Mallorca. Recuperado de <https://www.diariodemallorca.es/mallorca/2019/02/22/baleares-lidera-destinos-sol-playa/1394308.html> [Consultado: 25 febrero 2019].

Muñoz, R. (2013). *El aprendizaje de lenguas extranjeras en España.* *eXtoikos*. (Nº9), 63-68. Recuperado de <http://www.extoikos.es/n9/pdf/extoikos%209.pdf> [Consultado: 18 marzo 2019].

Organización Mundial del Turismo (2018). *Acerca de la OMT.* Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt> [Consultado: 8 abril 2018].

Pareja, E. S. (1987). El turismo náutico en el Mediterráneo. *Estudios turísticos*, (93), Pág. 27-48. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-93-1987-pag27-48-43193.pdf> [Consultado: 5 marzo 2018].

Pons, B. B. (2000). Historia del turismo a Mallorca. *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, Pág. 31-55. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/TreballsSCGeografia/article/viewFile/233498/315565> [Consultado: 29 Marzo 2019].

Pou, L. (2012). Turismo y empleo: una mirada realista. *P3T. Journal of Public Policies and Territory*, 1(3), Pág. 39-44.

PricewaterhouseCoopers. (2014). *Mallorca, más allá del sol y playa*. Recuperado de [http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp\\_5293.pdf](http://www.cambramallorca.com/documentos/Desp_5293.pdf) [Consultado: 12 abril 2019].

Salvà, P. A., (1998). Los modelos de desarrollo turístico en el mediterráneo. *Cuadernos de turismo*. Nº 2, Pág. 7-24. Recuperado de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/23401/22671> [Consultado: 20 abril 2018].

Sastre, A. (1995). *Mercat turístic balear* (1ª ed). Palma: Institut d'Estudis Baleàrics.

Soriano, F. (1996). *Pequeña historia del turismo en las Baleares*. Palma: Los Iconos de Ferón.

Torres, E., Ramírez, R. & Rodríguez, B. (2014). La crisis económica en el sector turístico. Un análisis de sus efectos en la costa del sol. *Revista de análisis turístico* nº 18, Pág. 11-18. Recuperado de [www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/download/183/149](http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/download/183/149) [Consultado: 17 marzo 2018].

Turespaña. (2018). *Islas Baleares, para sentir el Mediterraneo*. Recuperado de [http://www.spain.info/es/reportajes/islas\\_baleares\\_para\\_sentir\\_el\\_mediterraneo.html](http://www.spain.info/es/reportajes/islas_baleares_para_sentir_el_mediterraneo.html) [Consultado: 8 abril 2018].

Turibaleares (2013). *Organizaciones Turísticas*. Recuperado de <https://turibaleares.wordpress.com/2013/01/07/organizaciones-turisticas/> [Consultado: 8 abril 2018].

Última Hora. (2017). *El 37% de los habitantes de Baleares utiliza el catalán como lengua habitual*. Recuperado de <https://ultimahora.es/noticias/local/2017/10/24/302047/habitantes-baleares-utiliza-catalan-como-lengua-habitual.html> [Consultado: 8 abril 2018].

Universidad de las Islas Baleares. (2019). *Grado en Turismo*. Recuperado de <http://estudis.uib.es/es/grau/turisme/GTUR-P/> [Consultado: 13 marzo 2019].

Universidad de las Islas Baleares. (2019). *Servicio lingüístico*. Recuperado de <https://slg.uib.cat/funcio/> [Consultado: 13 marzo 2019].

Universidad de las Islas Baleares. (2019). *Servicio lingüístico*. Recuperado de <https://slg.uib.cat/MATRICULA/Programacio-2018-19-cursos-didiomes-moderns/> [Consultado: 13 marzo 2019].

20 Minutos - Últimas Noticias. (2018). *El turismo de sol y playa sigue siendo el rey: en 2015 continúa como la primera referencia*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/2356588/0/turismo-sol-playa/primerareferencia/2015/> [Consultado: 22 abril 2018].