

Turismo Educativo: Propuesta de Creación de un Programa de Enseñanza de Español para Extranjeros, en Espol

José Luis Proaño Moreira / Mario Alberto Yépez Avilés / Julio Enrique Gavilanes Valle (Director)
Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar
Licenciatura en Turismo
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Las Peñas Malecón 100 y Loja Guayaquil-Ecuador
jproano@espol.edu.ec / myepeza@espol.edu.ec / julengav@espol.edu.ec

Resumen

El proyecto realizado se basa en la creación del primer programa de español para extranjeros en la ciudad de Guayaquil, para el cual obtuvimos información relevante sobre las necesidades de la demanda, la competencia y formas de promoción para que de esta manera establecer los lineamientos del mismo promoviendo el turismo educativo. El presente proyecto de creación de un programa de español promovería la interrelación cultural entre los estudiantes de Turismo-ESPOL con los estudiantes de español de otras nacionalidades produciéndose un intercambio de información cultural siendo beneficiadas ambas partes. El programa de español se diferenciaría de otras ofertas existentes, en que los estudiantes del programa tendrán la opción de pertenecer al grupo musical La Rondalla, y el Ballet Folklórico de la ESPOL, siendo esta otra manera de obtener conocimiento del patrimonio cultural de la sociedad ecuatoriana, además de tener la oportunidad de ser parte de presentaciones de los grupos mencionados. Los estudiantes extranjeros además de tener el contacto con alumnos de LICTUR, continuarán aprendiendo y practicando el idioma fuera de las aulas de clases, debido a que se hospedarán con familias anfitrionas que cumplan con los requerimientos básicos señalados en el programa. En Guayaquil, sería el primer lugar que ofrezca este tipo de programa, que incluye enseñanza de un idioma, cultura, patrimonio y participación en actividades turísticas, lo que nos convertiría en un centro de español competitivo a nivel nacional y Latinoamericano y todo incluido en un mismo costo.

Palabras Claves: Turismo Educativo, Idioma, Cultura y Familias Anfitrionas.

Abstract

This Project is based on the creation of the first program of Spanish for foreigners in Guayaquil, for which we obtained information related to offer and demand, similar programs in the market and marketing strategies so as to establish the basis of our program. This project of a program of Spanish for foreigner intends to promote the interrelation of Tourism students at ESPOL with students of Spanish from different nationalities to develop an exchange of cultural information that will benefit both parts. The main difference between this program and similar ones in the market is that in ours students will have the opportunity to participate in groups such as Grupo Musical La Rondalla and the ESPOL Ballet Folklórico allowing foreigners to know about Ecuadorian cultural heritage and also have the opportunity to participate in performances of the above mentioned groups. Apart from sharing with LICTUR students, foreign students will have the opportunity to keep practicing Spanish outside the classroom, as Ecuadorian families that fulfill the basic requirements of the program for such purposes will host them. In Guayaquil, this will be the first program of the type to provide teaching of Spanish Language, culture, cultural heritage and participation in tourist activities, which will make us a very competitive Spanish Language center at national and international level with all these benefits included.

Key Words: Academic Tourism, Language, Culture and Host Families.

Introducción

El presente trabajo es una propuesta que da la opción a los turistas que visitan Guayaquil, un programa de enseñanza del idioma español, el cual será aprendido de una forma amena y divertida, sin tener a costas el peso abrumador de clases formales con una carga horaria y de trabajo excesivo, si no mas bien, les da la oportunidad de aprender haciendo y practicarlo en forma vivencial en los distintos puntos a visitar siendo su estadía en nuestra ciudad más agradable y acogedora.

Las Escuelas de Español en nuestro país tienen mayor acogida en la serranía ecuatoriana, especialmente en las ciudades de Quito y Cuenca, conscientes de aquello observamos la oportunidad de crear un programa competitivo que supere las ofertas ya existentes, aprovechando el crecimiento turístico de la ciudad de Guayaquil.

El objetivo principal de este proyecto es promover los atractivos turísticos de Guayaquil y el país utilizando el turismo educativo como vínculo principal para lograrlo.

Marco Teórico y Metodología de la Investigación

Consta de conceptos relativos al proyecto tales como: Turismo, Turismo Educativo con sus respectivos sub-segmentos, Idioma, Español y Actividades Lúdicas los cuales nos sirven como punto de partida para la creación del Programa. Además del método de Investigación, las cuales fueron, encuestas a turistas y estudiantes extranjeros además de entrevistas a expertos en Turismo Educativo en nuestro país.

Turismo educativo

Es la rama del turismo que se especializa en viajes donde los turistas organizan los mismos con el propósito no solo de conocer el lugar, si no de aprender, entender y comprender el entorno visitado; sin ser realizado dicho aprendizaje necesariamente dentro de un plan estricto y formal de aprendizaje; si no todo lo contrario; dentro de un espectro amplio y utilizando toda la gama de opciones de aprendizaje que nos brinda el avance en la rama educativa; utilizando los medios necesarios para que el turista se involucre dentro de dichos espacios.

Según definiciones encontradas en la web en términos generales por Turismo Educativo entendemos aquel segmento especializado del turismo en donde los viajes tienen un alto componente educativo, no exclusivamente fundamentado en el contexto rígido de los métodos de educación formal y no formal, convencionales, sino dentro del más amplio y liberal espectro de opciones que ofrece la educación Experiencial de hoy, sobretodo con modalidades, como las experiencias de aprender haciendo, que se dan en espacios abiertos como los escenarios naturales y/o culturales de las zonas rurales o las áreas silvestres.

De acuerdo con Kalinowski y Weiler el *Turismo Educativo* es una oportunidad para explorar, de primera mano, a los sitios previamente elegidos, con el fin de experimentar un ambiente desconocido a través de la interacción de una calificada instrucción, pero sin la típica presión de las tareas y exámenes que caracterizan a la educación convencional. Este puede involucrar visitas a un único destino, así como durar unos pocos días o varios meses con programas formales, libres e incluso no estructurados.

Para estos mismos autores "el *Turismo Educativo* puede servir a una gran variedad de propósitos, tales como: satisfacer la curiosidad acerca de otras personas, su lenguaje y su cultura; estimular el interés en artes, música, arquitectura o folklore; inspirar y sensibilizar a las personas sobre el cuidado de los ambientes naturales, el paisaje, la flora y la fauna; o profundizar en la fascinación de los sitios culturales e históricos".

Idioma

Proviene del latín *idiōma*, y éste a su vez del griego *ἰδίωμα* (idioma) que significa Peculiaridad, propiedad privada.

Idioma es una forma de comunicación, sea esta verbal o gestual propios de una comunidad humana. Lengua de un pueblo o nación, o común a varios.

Los diez idiomas mas hablados en el mundo según su orden tenemos:

Tabla 1. Idiomas más hablados

Idioma	Hablantes en lengua materna	Hablantes como 1º y 2º
Chino-mandarín	874	1052
Castellano	358	417
Inglés	341	508
Árabe	206	246
Indi	181	487
Portugués	176	191
Bengalí	171	211
Ruso	167	277
Japonés	125	125
Alemán	100	128

Análisis Situacional

Varios son los factores que se llevan a pensar que existe un mercado potencial, que pide un servicio diferente en la ciudad, enfocadas en satisfacer a un cliente que se encuentra en espera de disfrutar un servicio de enseñanza-aprendizaje nuevo e innovador es tarea indispensable en el presente proyecto y determinar cual es el perfil de los futuros clientes potenciales.

Luego de realizar un análisis de la competencia, observamos sus debilidades para que estas sean parte de nuestras fortalezas, entre ellas procurar que todo este incluido en un mismo pago para que de esta manera el turista tenga mayor comodidad con menos preocupaciones y puedan obtener mayor conocimiento del Idioma además de excelentes servicios turísticos.

Definición del Grupo Objetivo

También se ha tomado información oficial del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) relacionado a todo el movimiento turístico que el Ecuador recibe, esto datos por ser oficiales solo se encuentran disponibles

hasta el año 2005, pero estas mismas estadísticas muestran que la tendencia de la afluencia turística en el Ecuador está en aumento. De todos estos datos se puede recolectar el origen de la mayor cantidad de estudiantes que ingresan al Ecuador anualmente y son:

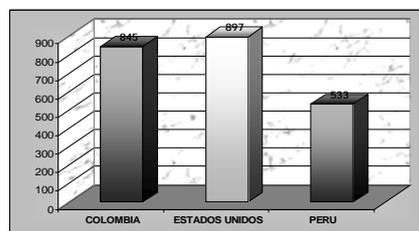


Gráfico 1. Origen de estudiantes

Siendo Estados Unidos los que realmente participan en estos programas de turismo educativo formal o no formal, ya que los estudiantes de Perú y Colombia optan mayormente por la inmigración temporal o permanente.

Análisis de la Competencia

En la ciudad de Guayaquil, se ha encontrado una demanda insatisfecha ya que por medio del estudio de mercado realizado, se halló que existen centros de enseñanza que no brinden un servicio completo en el país, ni que salgan de la monotonía de los centros enmarcados en una misma línea conceptual para la demanda de turistas internacionales.

La idea fundamental es darle al visitante una experiencia nueva de poder descubrir al Ecuador en un solo lugar, a través de la enseñanza-aprendizaje, de la calidez de su gente, en un ambiente rústico pero a su vez con todas las comodidades y elegancia, con programas que los entretenga y enriquezca la cultura ecuatoriana, rescatando raíces propias y dándolas a conocer a extranjeros concluyendo con la promoción de nuestro país turísticamente.

El siguiente análisis está basado en la antigüedad de las Escuelas, reconocimiento, y ubicación en los principales buscadores de Internet, convirtiéndolas en los principales competidores a nivel nacional del programa a realizar. Se ha tomado en cuenta principalmente las Escuelas según su orden de apareamiento en los buscadores debido a que según los resultados de la encuesta realizada, gran parte de la demanda realiza una búsqueda en línea

para asesorarse. Tomar la decisión del destino y la escuela en la que desea estudiar.

Análisis de casos internacionales

A razón de ser realistas y estar actualizados con la información sobre la cual vamos a fundamentar el proyecto, se ha tomado información de las páginas web de las empresas que llevan una larga trayectoria desarrollando turismo en general y turismo educativo o académico en nuestro país y alrededor del mundo.

Existen dos grandes empresas en el Ecuador que llevan más de 20 años realizando turismo educativo o académico, sus programas tienen una duración de desde 1 semana a 1 o 2 años estudiando idiomas en diferentes países, o trabajando en empresas haciendo pasantías gratuitas o trabajos con remuneración, también existen programas para realizar 1 o 2 semestres en colegios o universidades en otros países, hacer post grados, entrenamiento, turismo ecológico, voluntariado, servicio comunitario entre otros.

Propuesta de Servicios

El programa de Español en la carrera Licenciatura en Turismo de la ESPOL, ofrecería a la demanda existente un programa diferente en el cual el estudiante extranjero además de cumplir su objetivo académico cualquiera que este sea, también pueda conocer el arte, los atractivos turísticos y el patrimonio cultural de nuestra ciudad y país.

El objetivo es de proveer a extranjeros, visitantes o residentes en Guayaquil, de aprendizaje y/o práctica del idioma español, como parte de un programa que incluye además del idioma, intercambio de información cultural tal como aquella relacionada a costumbres y formas de pensar, entre otros.

Este programa está diseñado para adultos jóvenes con las siguientes características:

- Con o sin conocimiento previo del idioma español.
- Estudiantes extranjeros, residentes o visitantes
- Con idioma materno cualquiera que este sea.
- Participante o no de las actividades culturales que incluye el programa general.

Los servicios a ofrecer buscan satisfacer las necesidades de los clientes potenciales como:

- Clases de Español

Las clases se dividen en:

Nivel Básico

Nivel Intermedio y

Nivel Avanzado

Cumpliendo los objetivos del Marco Común Europeo de Referencia: Comprensión Auditiva y de Lectura, Interacción Oral, Expresión Oral y escrita.

- Alojamiento

Los diferentes tipos de alojamiento para los estudiantes son:

Familias Anfitrionas (Familias que cumplan un perfil adecuado que permitan que el estudiante extranjero se sienta cómodo dentro del hogar.

Hoteles (Hoteles recomendados por el encargado del programa, que cumplan con las necesidades de los estudiantes)

Casas de Estudiantes (Deben cumplir con el mismo perfil de las familias anfitrionas, pero serán hogares de estudiantes de la carrera Licenciatura en Turismo de la ESPOL)

- Actividades Turísticas y Actividades Culturales

Actividades que constan dentro del programa y que marcan la diferencia con las escuelas ya existentes:

Dentro de la Ciudad: (Malecón 2000, Malecón del Salado, Cerro Santa Ana, Puerto Santa Ana, Parque Histórico, Parque Lineal, Museos y Teatros)

Paquetes Turísticos de Fines de Semana (Galápagos, Esmeraldas, Ruta del Sol, Ibarra – Carchi, Quito, Cuenca-Cañar, Loja, Chimborazo y Amazonía)

Dentro de las Actividades Culturales se encuentran las existentes en ESPOL las cuales forman parte esencial del programa:

Ballet Folklórico de la ESPOL y

Grupo Musical La Rondalla.

COSTO DEL PROGRAMA

El proyecto de creación del centro de enseñanza, es un servicio educativo para todas aquellas personas que gusten del buen aprendizaje de la cultura ecuatoriana acompañado de un entretenido programa de enseñanza-aprendizaje muy parecido al que brindan los mejores centros que existen en el mundo, con la diferencia que este ofrecerá servicios agregados y de calidad, que los actuales no brindan.

Este tipo de proyecto es desconocido en nuestro país, Ecuador; aunque se debe destacar que en países desarrollados como Estados Unidos, España, Italia y muchos de Sudamérica entre otros, este servicio es muy difundido y se lo ha desarrollado, dándole un significado a la identidad que conservan cada cultura en dichos países y el nuestro no podía quedarse atrás, dándole un nuevo sentido a la simple necesidad de aprendizaje.

Estrategias de Comercialización

Es importante resaltar las alianzas estratégicas, debido a que se convierten en nuestra principal estrategia de comercialización especialmente con RELEX, debido al importante número de convenios que poseen con universidades en el extranjero, especialmente de Estados Unidos y Canadá.

Universidades Extranjeras

El objetivo general de RELEX (Oficina de Relaciones externas de la ESPOL), es el de proyectar externamente la imagen de la ESPOL, principalmente en lo concerniente a las relaciones que la institución debe mantener con las instituciones internacionales de crédito, las embajadas y Cuerpo Consular de los países amigos del Ecuador.

La Escuela mantiene contactos a través de los representantes o de las oficinas de cooperación técnico científico-culturales y con las instituciones de Educación Superior cuyos programas científicos tecnológicos están en concordancia con los de la ESPOL.

Entre las actividades que realiza, aparte de las que llevan al cumplimiento de los objetivos generales antes descritos es importante destacar

la coordinación que esta oficina realiza para los programas de capacitación de los profesores y egresados de la ESPOL, proporcionando la información necesaria referente a las universidades extranjeras y el seguimiento y control de los becarios a partir de la aprobación de los cursos de post-grado o pasantías.

Entre otras de sus actividades está la de actuar como una unidad de soporte para eventos de significativa trascendencia, como la visita de personalidades nacionales o extranjeras, actos conmemorativos, suscripción de convenios específicos, etc. eventos que por su importancia requieren de una adecuada difusión y organización.

Debido al contacto que posee esta oficina con universidades en el extranjero, encontramos en ella una oportunidad de promoción en otros países, además que sus contactos son parte primordial de nuestro grupo objetivo, lo cual multiplicaría las opciones de darse a conocer.

Es un punto a favor el hecho de que estas universidades extranjeras en su mayoría tienen convenios con la ESPOL, es decir, conocen la seriedad y excelencia en enseñanza que la misma posee, y el Programa de Enseñanza de Español para extranjeros no sería la excepción.

La carrera Licenciatura en Turismo de la ESPOL sería una de las partes fundamentales para que se desarrolle este programa, es decir, la instancia principal del Programa.

El Programa de Español para extranjeros sería dictado en las instalaciones de la carrera, y de esta manera poder ofrecer el ambiente ideal para que los estudiantes tomen sus clases.

Los principales beneficios para la carrera serían:

- Crecimiento de la Carrera con la creación de un nuevo programa
- Ingresos económicos
- Fuente de Prácticas estudiantiles
- Intercambio Cultural para los estudiantes

E-marketing

El e-marketing es una opción muy utilizada por las empresas para promocionar y difundir sus productos y servicios. El motivo es el bajo costo, la obtención de las preferencias de sus clientes, incrementa su competitividad, ya que permite el acceso mayor y un mejor manejo de la información, comunicación eficiente de

manera rápida y menos costosa, además de que permite vender en la propia casa del consumidor las 24 horas al día. Sin embargo la tecnología es buena solo si se sabe utilizar, esto es que el negocio debe ser un negocio estable fuera de Internet para que pueda tener estabilidad en la Web.

Para realizar mercadotecnia en línea o e-marketing se cambiaran los elementos del Marketing Mix, las 4'Ps tradicionales, que son Producto, Precio, Plaza y Promoción por 4 nuevos elementos del e-marketing que son Cliente, Comunicación, Coste y Conveniencia, los cuales se llamaran las 4,Cs.

Los motivos para este cambio se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 2. 4 C's del Marketing

4 Cs del e-marketing
1. Cliente: Producir lo que se vende.
2. Comunicación: Interactividad, Retroalimentación inmediata.
3. Coste: Un coste psicológico resultado de la percepción que los clientes tienen añadidas al servicio, desplazamiento del producto y tiempos de espera. El coste implica mucho más que el precio que se paga.
4. Conveniencia: Forma más rápida de llegar al cliente, catalogo permanente.

E-mailing

El conocido como email marketing parte de una idea muy sencilla. Comunicar los mismos conceptos que antes se comunicaban por carta, prensa o televisión, por otro canal, el correo electrónico, a priori más personalizable y, seguro, con grandes posibilidades de seguimiento.

Pero diseñar y planificar una campaña por email no es tan fácil como parece. No se trata sencillamente de copiar una serie de contenidos en un formato html. Tampoco se trata de copiar un "trozo" de nuestra página Web y enviarlo sin orden ni concierto a una base de datos determinada.

El funcionamiento técnico es sencillo. Se diseña la campaña en un formato atractivo, se elige una herramienta de gestión de e-mailing (como todo

en el mercado, aquí dependerá mucho de la inversión que queramos realizar. Los hay que facturan por mail enviado y los hay cuyo coste es de la licencia a utilizar) se asocia a la base de datos a la que queremos enviar, se envía y se analizan los resultados.

Pero su efectividad dista mucho de ser tan sencilla. El e-mailing es uno de los ejemplos prácticos de cómo la tecnología puede facilitarle las cosas pero nunca suplir el genio creativo, o la inteligencia para los negocios, o la intuición, o esas miles de cuestiones que se supone nos distingue de lo demás.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis situacional, y creado un programa diferente a los existentes se determinó que LICTUR pondría a disposición una oferta importante para la demanda existente.

Es importante recalcar que además de la ciudad de Guayaquil en lo que al ámbito turístico se refiere, los principales beneficiados serían LICTUR, y los estudiantes de la carrera gracias al proyecto.

Referencias

- [1] CULTURAL, S.A.: Técnico en Hotelería y Turismo; Tomo 1; Edición 2003; Madrid- España.
- [2] BARRIOS ALFREDO: Metodología de la Investigación 4. RIjabal S.A., 2003; Guayaquil - Ecuador
- [3] EDITORIA SINTÉTISIS S.A. : Servicio de atención al cliente; España 1999
- [4] MARTINEZ ECHEVERRI LEONOR/HUGO; Diccionario De Filosofía, Panamericana Editorial, Sta. Fe de Bogotá- Colombia, 2004
- [5] GARY DESSLER; Administración de Personal; Sexta Edición.
- [6] JAMES R. EVANS / WILLIAM M. LINDSAY; Administración y Control de la Calidad; Grupo Editorial Iberoamérica.
- [7] SCOTT BESLEY, EDITORIAL MAC GRAW HILL; Fundamentos de Administración Financiera; Doceava Edición.
- [8] PHILLIP KOTLER; Direccionamiento de Marketing; Décima Edición.
- [9] PHILIP KOTLER / GARY ARMSTRONG; Marketing; Prentice Hall; Octava Edición.

