



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

TEMA:

**“TURISMO IDIOMÁTICO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO
TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

AUTORA:

FÁTIMA CAROLINA MORA GUZMÁN

TUTOR:

ING. JOEL ALBERTO FORTIS SUÁREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de profesor tutor del trabajo de titulación, **Turismo idiomático una alternativa de desarrollo turístico en la Provincia de Santa Elena**, elaborado por la Srta. **Fátima Carolina Mora Guzmán**, egresada de la Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Lcda. en Gestión y Desarrollo Turístico, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc
PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación denominado “**Turismo idiomático una alternativa de desarrollo turístico en la Provincia de Santa Elena**”, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Fátima Carolina Mora Guzmán** con cédula de identidad número **2450944521** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



Fátima Carolina Mora Guzmán
C.I. 2450944521

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por su compromiso con la formación de profesionales competentes, lo cual ha sido fundamental en mi desarrollo académico y personal.

A los docentes que han guiado mi formación a lo largo de esta etapa universitaria. Gracias por compartir sus conocimientos, experiencias y por inspirarme a ser una mejor profesional.

A mis padres, Eva Guzmán Espinoza y Orlando Mora Martínez, quienes con su amor, dedicación y apoyo incondicional han sido mi pilar a lo largo de esta trayectoria. Gracias por creer en mí, por motivarme a seguir adelante y por inculcarme los valores que hoy me definen

Fátima Carolina Mora Guzmán

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mis amados padres, Eva Guzmán Espinoza y Orlando Mora Martínez. Ustedes han sido mi mayor inspiración y el pilar fundamental que me ha sostenido a lo largo de este camino. Con su infinito amor, paciencia y sabiduría, me han guiado para convertirme en la persona que soy hoy.

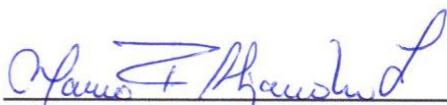
Gracias por creer en mí, por alentarme a perseguir mis sueños y por brindarme todas las oportunidades para crecer y desarrollarme. Su apoyo incondicional ha sido el motor que me ha impulsado a alcanzar esta meta.

Este logro les pertenece tanto como a mí. Lo dedico con todo mi corazón a ustedes, que son el reflejo de la fortaleza, la perseverancia y el amor más puro. Espero que se sientan orgullosos, pues este triunfo es el fruto de su esfuerzo y dedicación como padres.

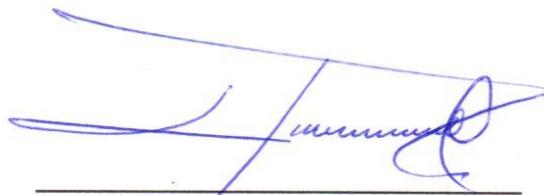
Los amo infinitamente.

Fátima Carolina Mora Guzmán

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



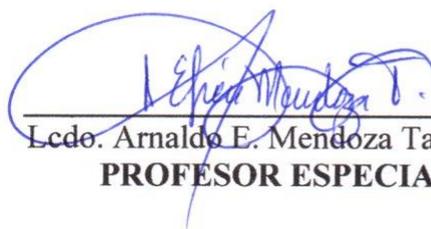
Lcda. María F. Alejandro Lindao, MBA
**DECANA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Lcdo. Xavier Tomalá Uribe, Msc.
**DIRECTOR (E) DE LA CARRERA
DE GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



Ing. Joel A. Fortis Suárez, MSc
PROFESOR TUTOR



Lcdo. Arnaldo E. Mendoza Tarabó, PnD.
PROFESOR ESPECIALISTA



Abg. María Rivera González, MSc.
SECRETARIA GENERAL

ÍNDICE

	Pág.
APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR	I
AUTORÍA DEL TRABAJO	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	V
INDICE	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN	1 - 3
DESARROLLO	4 -11
CONCLUSIONES	11 -13
BIBLIOGRAFÍA	14 - 19



TURISMO IDIOMÁTICO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

AUTOR:

Fátima Carolina Mora Guzmán

TUTOR:

Ing. Joel Alberto Fortis Suárez, MSc.

RESUMEN

El presente ensayo describe los posibles beneficios sociales, culturales y económicos al implementar la alternativa del turismo idiomático para el desarrollo del turismo en la Provincia de Santa Elena. Se realiza este análisis por ser un segmento del turismo cultural y de gran aporte a un intercambio cultural, además el estudio de un idioma contribuye al desarrollo de las lenguas nativas que predominan en algunos países y a su vez involucran las dos partes que lleva el intercambio del idioma, la parte residente y la parte visitante. Este estudio plantea información teórica que respalda el uso del turismo idiomático como una actividad turística, además, se describen los beneficios analizados en los destinos turísticos.

Palabras claves: Turismo idiomático, beneficios y cultura.



**LANGUAGE TOURISM AN ALTERNATIVE FOR THE DEVELOPMENT
OF TOURISM IN THE PROVINCE OF SANTA ELENA**

AUTHOR:

Fátima Carolina Mora Guzmán

ADVISOR:

Ing. Joel Alberto Fortis Suárez, MSc.

ABSTRACT

This essay describes the social, cultural and economic benefits of implementing the alternative of language tourism for the development of a locality. This proposal is studied because it is a segment of cultural tourism and therefore part of a cultural exchange, in addition to the study of a language that contributed to the development of native languages that predominate in some countries. This study presents theoretical information that supports the use of language tourism as a tourist activity and also describes the benefits found in tourist destinations.

Keywords: Language tourism, benefits and culture.

INTRODUCCIÓN

La provincia de Santa Elena, reconocida como el balneario más popular del Ecuador gracias a sus playas y tradición cultural, ha visto en el turismo idiomático una oportunidad para atraer visitantes, fomentar el intercambio cultural y social, así como también fortalecer la economía local. A través de instituciones educativas y academias, los turistas tienen la posibilidad de participar en programas de inmersión lingüística, donde se les ofrece la oportunidad de aprender o mejorar sus habilidades en un nuevo idioma, mientras disfrutan de los puntos turísticos de la región.

Esta alternativa beneficia tanto a los turistas como a la comunidad local. Por un lado, crea oportunidades laborales y promueve el desarrollo de las actividades y servicios relacionados con la enseñanza de idiomas. Como resultado, genera ingresos económicos para el país, al impulsar la oferta de empleos en el sector turístico para los habitantes de la Provincia de Santa Elena. Por otro lado, el intercambio cultural que se produce al recibir a los extranjeros de diferentes países enriquece la vida de los residentes y fomenta una mayor comprensión y tolerancia entre distintas culturas.

Es así como esta modalidad se enmarca en el turismo cultural, donde el idioma y la cultura son los principales atractivos (Ullauri et al., 2017). En este sentido, los visitantes no solo tienen el privilegio de desarrollar habilidades lingüísticas mediante programas de enseñanza de una segunda lengua, sino que también pueden descubrir y disfrutar de los recursos naturales y la cultura que ofrece la provincia (Cáceres Pérez & Cárdenas Bravo, 2019). La combinación del aprendizaje de idiomas y la exploración de los atractivos turísticos convierten a esta alternativa en una propuesta integral que beneficia a todas las partes involucradas.

Según estudios previos citados por Vargas (2020), diversos destinos turísticos han utilizado esta modalidad como un recurso que abre plazas laborales, aprovechando la creciente demanda de aprender un idioma diferente. Bajo esta perspectiva, surge la necesidad de analizar la posibilidad de emplear esta alternativa, con la finalidad de crear experiencias memorables para los visitantes, extender su estadía y fomentar el consumo de servicios no tradicionales (Ullauri et al., 2017).

De esta forma, dicha alternativa turística con enfoque hacia el aprendizaje de idiomas se considera una actividad económica que tiene efectos positivos para los países, regiones o comunidades que la adoptan. Por su parte, Iglesias (2018) señala que hay países que aún no utilizan este recurso para el turismo, por lo cual adquiere una ventaja competitiva en el mercado turístico. En la actualidad, la oferta atraería a las empresas del sector a ingresar a este mercado.

Como resultado de la oferta turística, la parte social se empieza a determinar debido a los grupos de pertenencia, es decir, el tipo de turista que decide hacer el viaje motivado por la necesidad de aprender un nuevo idioma que resulta ser importante y, a su vez, relacionarse en la sociedad como parte de este gran segmento que cada vez se suma para hacer un viaje con una motivación académica y, además, de relacionarse con personas de otras nacionalidades que buscan el mismo fin.

Ullauri et al., (2017) definen al turismo idiomático como un motor de aprendizaje de lenguas en diferentes lugares ajenos del que reside el visitante. Además, lo consideran como parte integrante del turismo cultural, dado que a partir de la enseñanza del nuevo idioma se conoce la cultura del destino (Abril Sellarés et al., 2019; Izquierdo Ferro, 2020). De esta manera, se enmarca como un “turismo de larga estancia con características propias que lo identifican como una tipología” (Ullauri et al., 2017, p.

47). Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2021) menciona que este tipo se enfoca en el diagnóstico de la realidad del sector, tomando en cuenta la imagen, oferta y demanda que se asocian a la enseñanza de español para extranjeros; al igual, permite que se desarrollen estrategias para impulsar el crecimiento del turismo sostenible y que exista calidad de conocimiento en el aprendizaje de nuevos idiomas y culturas.

Por este sentido, el turismo idiomático desempeña un papel significativo tanto en los países desarrollados como en aquellos que están en proceso, ya que brinda diversas oportunidades de crecimiento y progreso (Piedrola et al., 2019). Como es el caso de España, que ha logrado fomentar su oferta turística y contribuir en el sector económico, todo esto usando al idioma como una alternativa de aprendizaje para los turistas o estudiantes extranjeros (Barna Uhagon, 2021; Castillo et al., 2017; Landero Broca & Gutiérrez Valencia, 2022).

A partir de este contexto, es posible analizarla como una iniciativa para impulsar el turismo de la localidad, puesto que se generan beneficios económicos, sociales y culturales tanto para los residentes como para los visitantes (Barra-Hernández & Navalón-García, 2021; Gutiérrez Ramos Ainhoa, 2022; Romaguera Gil, 2019). Sin embargo, cabe recalcar que no todos los idiomas son considerados para tomarlos como referentes, debido a que las agencias priorizan aquellos que tienen mayor alcance global, por ejemplo, el inglés. Por ello, la presente investigación tiene como finalidad analizar los posibles beneficios económicos, sociales y culturales del turismo idiomático como una alternativa de desarrollo turístico en la Provincia de Santa Elena.

DESARROLLO

BENEFICIOS ECONÓMICOS

Para el primer análisis, el beneficio económico se refleja en el turismo idiomático notablemente (Medina López, 2023). Este modelo de turismo ha demostrado resultados positivos en los diferentes destinos internacionales, especialmente el contexto europeo, esto es debido a que es un modelo de turismo desde hace varios años y que ahora se encuentran en otra etapa de fortalecimiento, ya que, desde el momento en que los turistas deciden viajar a un país, su presencia se traduce en ingresos económicos para la localidad receptora (Barna Uhagon, 2021; Félix & Bojórquez, 2020). De esta manera, el turismo idiomático genera un impacto económico positivo en los destinos que lo implementan, al atraer a un flujo constante de visitantes que demandan diversos productos y servicios locales, como alojamiento, transporte, alimentación, actividades culturales, entre otros (Ullauri Donoso et al., 2019).

Un estudio publicado por la revista de Estudios Turísticos del IET, considera a este modelo como un negocio estratégico debido a su notable potencial de crecimiento, además de que los estudiantes que viajan con la finalidad de aprender un idioma “se comportan de forma idéntica y demandan los servicios propios de la actividad turística” (Canalís, 2011). Como ejemplo se tiene a Iberia, donde el turismo idiomático ha sido un factor clave en el crecimiento económico del país. De manera similar, en Malta se implementa la enseñanza de la lengua inglesa, lo cual es una actividad significativa para la economía de la isla (De Zúñiga, 2017). Asimismo, es fundamental destacar el caso de España como un referente en la aplicación del turismo idiomático, dado que, en este país, la demanda de estudiantes y turistas que viajan con el objetivo de aprender el idioma español ha experimentado un crecimiento constante a lo largo de los años (Rudilosso, 2017).

Por otro lado, el turismo idiomático genera efectos positivos en una economía individual (empleados y residentes del destino) y colectiva (empresas turísticas y de otros sectores económicos). A nivel individual, este modelo de turismo crea oportunidades de empleo para los residentes locales. Estos pueden desempeñarse como profesores de idiomas, guías turísticos o personal de servicios relacionados con la enseñanza y la actividad turística independiente. A nivel colectivo, impulsa el movimiento de divisas y beneficia a las empresas turísticas y de otros sectores económicos de la región (Guerra & Miranda, 2021).

De esta forma, la llegada constante de estudiantes y turistas que viajan para aprender un idioma extranjero aumenta la demanda de alojamiento, transporte, restaurantes, centros culturales y actividades de ocio, entre otros. Esto se traduce en mayores ingresos y oportunidades de crecimiento para los negocios locales, generando fuentes de trabajo. Además, de generar efectos multiplicadores en la economía, pues al crear empleos directos en la industria turística, también se generan puestos de trabajo indirectos en sectores como el comercio, la construcción y los servicios. Esto contribuye a dinamizar la economía local y elevar el nivel de bienestar de la comunidad.

Tal es el caso de Colombia, en donde el turista idiomático realiza mayores gastos que el turista que solo va por sol y playa (Rudilosso, 2017). En consecuencia, al cubrir las necesidades del turista durante la estadía de sus estudios, genera un ingreso para las ciudades o países visitados porque el turista debe invertir en los costos del curso para estudiar el idioma, en los gastos de hospedaje, alimentación, entre otros, si la estadía es a largo plazo. Por eso, la alternativa de turismo idiomático tiene un alcance positivo, como una fuente de ingresos, sino que abarca aspectos en general del turismo como el transporte, hospedaje, restaurantes, etc., (Piedrola & Trillo, 2020). Con lo antes mencionado se ubica como ejemplo España, que en el 2007 tuvo un ingreso de 462500 millones de euros utilizando el turismo idiomático (De Zúñiga, 2017).

El turismo idiomático, al ser visto como actividad económica en desarrollo, ha incentivado a inversionistas y empresas turísticas a fomentar la remodelación y mejora de los lugares turísticos, lo que, a su vez, genera empleabilidad. Por otra parte, la creciente necesidad de dominar idiomas extranjeros en el mercado laboral ha provocado un incremento en los viajes motivados por el aprendizaje de nuevas

lenguas. Hoy en día, contar con conocimientos de idiomas aparte de la lengua materna, se ha vuelto un requisito cada vez más común en diversos sectores profesionales (Serrano, 2019).

De acuerdo con lo estipulado anteriormente por los diversos autores, para el desarrollo turístico de la Provincia de Santa Elena, el turismo idiomático podría ser una excelente alternativa de desarrollo turístico que implique efectos económicos positivos como, primero, la generación de ingresos, puesto que el turismo idiomático atraería a estudiantes extranjeros que estarían dispuestos a pagar por cursos de idiomas y alojamiento en la provincia. Esto generaría ingresos directos para los centros de idiomas, instituciones educativas y proveedores de alojamiento y servicios turísticos.

Segundo, la creación de empleo, pues gracias a la demanda de servicios relacionados con el turismo idiomático, como profesores de idiomas, guías turísticos, hospedaje y transporte, generaría nuevas oportunidades de empleo en la provincia. Tercero, el estímulo a la economía local, a razón de que los estudiantes extranjeros que participen en el turismo idiomático también gastarán su dinero en restaurantes, tiendas y otros servicios locales, lo que beneficiaría a la economía local y fomentaría el crecimiento del sector turístico en la provincia. y cuarto, la diversificación económica, debido a que el turismo idiomático permitiría diversificar la oferta turística de la provincia de Santa Elena, que actualmente se basa principalmente en el turismo de sol y playa. Esta diversificación ayudaría a reducir la dependencia de un solo sector y proporciona estabilidad económica a largo plazo.

BENEFICIOS SOCIALES

Con lo anteriormente mencionado sobre los beneficios económicos del turismo idiomático, es evidente que se produce un incremento en el número de turistas, lo que da lugar al beneficio social. Según la UNAM (2017), los beneficios sociales son las retribuciones no monetarias que produce una actividad económica enfocada hacia la sociedad. En este contexto, el mayor volumen de turistas permite identificar de manera efectiva las características y el perfil de aquellos que viajan con el propósito de aprender un nuevo idioma. Aspectos como la edad, nacionalidad, nivel profesional y

nivel económico de los visitantes pueden ser determinantes para comprender las características de los turistas con el objetivo de ilustrarse con un nuevo idioma. Por tanto, contar con esta información posibilita desarrollar una oferta más adaptada a sus necesidades lingüísticas.

En este contexto, existen programas que promueven el intercambio de idiomas, donde el turista no recibe una remuneración monetaria, sino que se beneficia de las becas ofrecidas en acuerdos de instituciones educativas para el aprendizaje del nuevo idioma (Iglesias, 2018). Estas iniciativas facilitan que los visitantes puedan vivir la experiencia de aprender un idioma durante su estadía. Algunas de las empresas que ofrecen este tipo de paquetes turísticos con enfoque lingüístico son Education First (EF), Latino Australia Education (LAE), COINED Fundación de intercambio educativo, ESL Company, además de otras compañías que proporcionan opciones de intercambio de idiomas en diversos destinos alrededor del mundo a través de sus plataformas o sitios web.

Si bien el turismo se basa en una herramienta que promueve el ámbito laboral (Guerra & Miranda, 2021), el turismo idiomático es una actividad que va aún más allá. Este tipo de turismo fomenta la participación de profesionales locales del área lingüística, así como de empresas de servicios turísticos (Gil & García, 2017; Sánchez Menéndez, 2019). Esto se traduce en mayores oportunidades de ofertas laborales, las cuales favorecen el bienestar social y psicológico de cada individuo de la zona (Arias et al., 2019). Pues, al tener acceso a trabajos relacionados con el sector turístico, los miembros de la comunidad desempeñan un rol activo en la sociedad, permitiéndoles mejorar sus condiciones de vida y competencias, lo que repercute positivamente en su desarrollo personal y en la cohesión social del lugar.

En este sentido, además de los beneficios individuales, esta mayor participación de la población local en la industria del turismo idiomático contribuye a fortalecer los lazos comunitarios y promover una mayor integración social. Cuando la población local

participa en la provisión de servicios y experiencias para los visitantes que buscan aprender un nuevo idioma, se crea un mayor sentido de pertenencia e integración social. Esto genera oportunidades de interacción y entendimiento mutuo entre los turistas y la comunidad anfitriona. De esta manera, el turismo idiomático se convierte en un impulsor de la cohesión social, al promover la inclusión y mejorar la calidad de vida a nivel colectivo en la región.

Las diversas lenguas son consideradas un medio de intercambio comunicativo entre los diferentes grupos sociales alrededor del mundo. Esta realidad ha propiciado el surgimiento del turismo idiomático como una alternativa, donde los turistas deben utilizar los servicios de transporte, alojamiento, restaurantes y visitar lugares culturales (Guerra & Miranda, 2021). Entonces, más allá de ser una mera actividad turística, el estudio y aprendizaje de un idioma se ha convertido en una forma de que el visitante pueda vivenciar la sociedad local, incluso durante estadías de corta duración.

Baralo (2017) señala que el turismo idiomático genera recuerdos y vínculos duraderos entre los visitantes y la comunidad local, pues al tener la oportunidad de convivir e interactuar de manera cercana durante su estadía, los turistas que viajan con el objetivo de aprender un idioma crean memorias y establecen lazos personales significativos con los habitantes del lugar. Esta experiencia de vida compartida enriquece tanto a los visitantes como a la comunidad receptora, fomentando un mayor entendimiento y aprecio mutuo. Además, esta conexión personal que se forja a través del turismo idiomático motiva e impulsa a los viajeros a explorar con mayor frecuencia y satisfacción otras localidades donde puedan sumergirse en el aprendizaje y descubrimiento de nuevas lenguas.

Desde esta perspectiva, se sustenta que el turismo idiomático proporcionaría diversos beneficios sociales a la provincia de Santa Elena. Por un lado, la identificación precisa del perfil de los turistas lingüísticos implica analizar características como la edad, nacionalidad, nivel profesional y poder adquisitivo de los visitantes, lo que a su vez

posibilita desarrollar una oferta adaptada a sus necesidades específicas. Por otra parte, la promoción de programas de intercambio y becas educativas se lograría a través de acuerdos con instituciones locales de la provincia, facilitando así el aprendizaje de idiomas por parte de los visitantes y ofreciendo oportunidades de capacitación y desarrollo personal.

BENEFICIOS CULTURALES

Además de los beneficios económicos y sociales, el turismo idiomático también genera importantes beneficios culturales, este segmento forma parte del turismo cultural (Ullauri et al., 2017). Este aspecto tiene un enfoque que implica la inmersión de los visitantes en el estilo de vida, el entorno local y los aspectos de identidad cultural de la región, como sería el aprendizaje del idioma (Clark, 2017). De acuerdo con Guerra & Miranda (2021), entre los beneficios culturales del turismo idiomático se encuentra el fomento de la interculturalidad, la protección del patrimonio cultural, y la restauración del patrimonio cultural.

Por un lado, el turismo idiomático se enfoca en el desarrollo intercultural, tanto para los visitantes como para los ciudadanos locales (Alcázar et al., 2019; Baralo, 2017). Esto se refleja en la diversa demanda que existe, la cual incluye jóvenes que desean viajar, trabajar o estudiar en el extranjero; empresarios que buscan hacer negocios internacionales; y personas que tienen la necesidad de tener experiencias culturales en otras comunidades. Bajo esta idea, el aprendizaje de una lengua u otras actividades que van más allá del turismo tradicional se convierten en un elemento clave para satisfacer esta perspectiva de desarrollo intercultural, incluso los jubilados, que tienen más tiempo para moverse, buscan tener experiencias lingüísticas y culturales durante sus viajes (Baralo, 2017). Es así como el turismo idiomático se convierte en una experiencia enriquecedora e inolvidable para las personas que se desplazan de un lugar a otro. Al generar un contacto directo entre dos o más culturas con lenguas diferentes, este modelo de turismo fomenta un verdadero intercambio intercultural.

Por otra parte, el patrimonio cultural se compone de los bienes tangibles e intangibles, artísticos y monumentales que han sido heredados del pasado. A partir de este hecho, el turismo idiomático juega un papel fundamental en la promoción del conocimiento y la protección del patrimonio cultural. Específicamente, contribuye a la salvaguarda de las manifestaciones culturales intangibles, como las tradiciones orales, las lenguas, festivales y la música (Clark, 2017). Con lo antes mencionado, se reconoce a la lengua como un patrimonio cultural reconocido a nivel mundial, es por ello por lo que, al facilitar el aprendizaje y el uso de las lenguas locales por parte de los visitantes, el turismo idiomático fomenta un mayor aprecio y preservación de este patrimonio lingüístico (Guerra & Miranda, 2021).

Además de promover la protección del patrimonio cultural intangible, como las tradiciones y las lenguas, el turismo idiomático también contribuye a la regeneración y rehabilitación arquitectónica de las zonas turísticas (Iglesias, 2018; Jiménez Beltrán & Cerezo López, 2019). Los ingresos generados por este segmento del turismo pueden ser destinados a proyectos de restauración y mantenimiento de sitios, monumentos y otras expresiones culturales relevantes de la región. Esto permite revitalizar y preservar el patrimonio tangible, como edificios históricos, plazas, museos y demás infraestructura cultural. La rehabilitación de estos espacios y bienes patrimoniales no solo benefician a los visitantes, al ofrecerles experiencias auténticas y de calidad, sino que también sirve para realzar la identidad cultural local. Al recuperar y asignar un valor al patrimonio arquitectónico, se fortalece el sentido de orgullo y pertenencia de la comunidad, lo que contribuye a una mayor valoración y conservación a largo plazo.

Bajo esta perspectiva, el desarrollo del turismo idiomático también permite el fortalecimiento de las comunidades de forma indirecta. Esto genera un valor agregado a la imagen de marca del destino turístico, posicionándolo como un lugar que valora y preserva su patrimonio cultural (Guerra & Miranda, 2021). En otras palabras, la rehabilitación del patrimonio tangible impulsada por el turismo idiomático no solo mejora la experiencia de los visitantes, sino que también refuerza el sentido de identidad y pertenencia de la comunidad local. A su vez, este proceso contribuye a

consolidar la imagen y el atractivo del destino como un lugar que cuida y promueve su riqueza cultural.

En este contexto, la provincia de Santa Elena, situada en Ecuador, cuenta con una amplia oferta turística, que incluye playas, parques nacionales y una cultura local (Córdova García & Campoverde Bautista, 2021). Por ello, entre los primeros beneficios que otorgaría esta actividad es el intercambio cultural, puesto que los turistas que viajan a Santa Elena para aprender un idioma extranjero tendrían la oportunidad de vivir en la comunidad local, interactuar con sus habitantes y conocer de primera mano sus tradiciones, costumbres y estilo de vida. Esto no solo enriquecería la experiencia de los turistas, sino que también permitiría a la comunidad local compartir su cultura y promover el entendimiento y la apreciación mutua.

De igual manera, se incrementaría la promoción del conocimiento y preservación de la cultura local, pues al atraer a turistas interesados en aprender el idioma, se estaría fomentando la valoración y el respeto por la lengua, las tradiciones y la historia de Santa Elena. Esto podría llevar a la implementación de proyectos de revitalización de la cultura local, como la enseñanza de la lengua autóctona o la promoción de festivales y eventos culturales. Así también, la restauración del patrimonio cultural, dado que los ingresos generados por este modelo de turismo pueden canalizarse hacia iniciativas de restauración y mantenimiento de los sitios, monumentos y expresiones culturales de la provincia que se encuentran en pésimo estado de conservación. De tal forma, dichos proyectos impulsados por los recursos del turismo idiomático lograrían recuperar la integridad y el esplendor original de estos valiosos bienes patrimoniales. Esto no sólo beneficiaría a los visitantes, al ofrecerles experiencias más auténticas y de calidad, sino que también fortalecería el sentido de orgullo y pertenencia de la comunidad local hacia su legado cultural.

Asimismo, la tolerancia de la diversidad lingüística y cultural, dado que, al ofrecer clases de diferentes idiomas, se estaría fomentando y valorando la diversidad lingüística de la región (Lastra-Bravo & Cabanilla, 2020). Esto promueve el respeto y la tolerancia hacia la cultura local por parte de los visitantes que llegan con el propósito

de aprender un nuevo idioma. Esta diversidad lingüística que se fomenta a través del turismo idiomático también podría abrir nuevas oportunidades económicas para la provincia. Por ejemplo, la creación de escuelas de idiomas o el desarrollo de programas de intercambio cultural podrían ser iniciativas que surjan y se fortalezcan a partir de esta dinámica.

Adicionalmente, el hecho de que Santa Elena se posicione como un destino que celebra y comparte su diversidad lingüística y cultural, contribuye a fortalecer la imagen de marca del lugar como un destino turístico auténtico y atractivo. Los visitantes podrán apreciar y disfrutar de esta riqueza cultural, lo que a su vez genera una mejor percepción y mayor interés por regresar o recomendar el destino.

CONCLUSIÓN

El análisis de la literatura existente demuestra que el turismo idiomático forma parte del turismo cultural y que tiene un aporte significativo en el sector turístico. De hecho, diversos estudios han evidenciado que esta alternativa turística se ha convertido en una fuente principal de desarrollo en diversos países, especialmente en el contexto europeo.

En este sentido, se concluye que, el turismo idiomático podría generar importantes beneficios económicos en la Provincia de Santa Elena, puesto que, se ha comprobado en estudios que su implementación mejora en la calidad de vida de la población local, aumento en el PIB y creación de empleos e ingresos en la economía regional o nacional. Esto se debe a que los beneficios económicos del turismo idiomático se reflejan en el crecimiento de la actividad turística.

Desde una perspectiva social, el turismo idiomático genera diversos beneficios para la comunidad. Mejora las condiciones de vida de los residentes al brindarles un rol activo en la actividad turística, fomentando su desarrollo personal. Fortalece los lazos comunitarios y la cohesión social, al permitir una mayor integración de la población local. La interacción entre turistas y residentes propicia una mayor integración y entendimiento mutuo, reforzando el sentido de pertenencia e identidad de los habitantes. Esto se traduce en una comunidad más unida y armónica. Además, el turismo idiomático ofrece a los visitantes experiencias significativas y duraderas, creando memorias y lazos personales que fomentan la apertura y el aprecio por la diversidad lingüística.

De igual forma, para la provincia el turismo idiomático podría representar una alternativa que genere importantes beneficios culturales. Esta modalidad permite a los visitantes sumergirse de manera inmersiva en las tradiciones, costumbres y formas de vida de las comunidades receptoras, enriqueciendo su experiencia más allá de los aspectos meramente lingüísticos. Al fomentar el intercambio cultural, promover la diversidad lingüística y preservar el patrimonio cultural local, este modelo de turismo

contribuiría a la valoración y protección de la riqueza patrimonial de la región y a su vez, generaría un valor agregado a la imagen de marca del destino turístico de Santa Elena, posicionándolo como un lugar que valora y preserva su patrimonio cultural.

Finalmente, se sugiere que la provincia de Santa Elena considere impulsar y desarrollar el turismo idiomático como una estrategia para aprovechar sus beneficios económicos, sociales y culturales, ya que si bien es cierto existen establecimientos turísticos tales como hoteles y hostales donde se ofrecen clases de español a los turistas extranjeros, como es el caso de la comuna de Montañita sin embargo estas clases son informales debido a que no existe un registro educativo que legalice la certificación del estudiante. Esto implicaría la implementación de programas de capacitación, ofertas laborales sostenibles, la promoción del destino y la canalización de recursos hacia la restauración y mantenimiento del patrimonio cultural local para así impulsar un turismo idiomático como una nueva alternativa.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, E., Ochoa, V., & Rincón, N. (2020). EL TURISMO IDIOMÁTICO COMO UNA PROPUESTA DE MULTIDESTINO EN EL ECUADOR. *Revista COLOQUIO AZUAY*(65), 67-78.
- Arias, J., Montiel, Y., & Osorio, A. (2019). *Universidad Cooperativa de Colombia*.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656987/Guerra_ZX.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Baralo, M. (2017). El valor del idioma como recurso turístico, económico y cultural. *Signos universitarios*, 34(51), 35-61.
<https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/view/3345/4171>
- Canalís, X. (10 de Septiembre de 2011). Turismo idiomático, un "negocio estratégico" para España. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/133230_turismo-idiomatico-negocio-estrategico-espana.html
- Castillo, M., Rodríguez, M., & López, T. (2017). El importante papel del estudiante universitario internacional como motor para el fomento y desarrollo del turismo educativo internacional, como modalidad dentro del turismo idiomático. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 471- 480.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/15217/PASOS52.pdf#page=187>
- Clark, C. (2017). *Repositorio Universidad Nacional del Sur*.
<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/3216/Tesina%20Carolina%20Clark.pdf;jsessionid=F60C481DDBAFCE3395BB503044613A92?sequence=1>
- Costa del Sol. (2017).
<https://www.costadelsolmalaga.org/base/descargas/264823/turismo-idiomatico2017-principales-conclusiones>.
- Cristiane, J. (2017). *Universitat de Barcelona*.
https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- De Zúñiga , P. (24 de Febrero de 2017). *Universidad de Santiago de Compostela*.
<https://minerva.usc.es/xmlui/handle/10347/12391>
- Felix, R., & Bojórquez, A. (2020). *Servicios Academicos Intercontinentales S.L.*
<https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/70-analisis-del-turismo-idiomatico.pdf>
- Gil, M., & García, M. (2017). La estructura social como factor clave para el desarrollo de destinos turísticos rurales. Caso de estudio: el Valle de Ricote (Murcia). *Cuadernos de Turismo*, 39, 215-238.
<https://doi.org/https://doi.org/10.6018/turismo.39.290511>
- Guanilo, E. (2021). El turismo idiomático como una estrategia de desarrollo sectorial e integral. *PLURIVERSIDA*, 8, 183-197.
- Guerra, X., & Miranda , S. (27 de Junio de 2021). *Repositorio Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas* .
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656987/Guerra_ZX.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Iglesias , M. (2018). Turismo idiomático en España. Marco Teórico. *International journal of scientific management and tourism*, 4(1), 29-59.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6358765>
- OMT Organización Mundial de Turismo . (Mayo de 2021). *E-UNWTO*.
<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>
- OMT, O. (2020). *UNWTO* . <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social>
- ONU. (2023). *United Nations Development Programme*.
https://www.undp.org/sustainable-development-goals?gclid=Cj0KCQjw4s-kBhDqARIsAN-ipH2wN6WoLNgF8XDG-OBqFPXvonmpeyM60k_FDnyUlvDhf7Y9NLHez6YgaAu0SEALw_wcB
- Ortega, L., Gayosso, S., Carrizal, A., & Benitez, F. (2018). Turismo idiomático como mecanismo de internacionalización y movilidad académica en la UAEH.

Estudio de caso: español para extranjeros. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca* , 4(7).
<https://doi.org/https://doi.org/10.29057/est.v4i7.3365>

Pawlowska, E. (2011). *Repositorio Universidad de Santiago de Compostela*. USC:
https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3376/9788498877243_content.pdf;jsessionid=5781C388C9353389BFB00BBAF3538019?sequence=1

Piedrola , I., Artacho , C., & Obrero, L. (2019). Positioning of Córdoba in idiomatic tourism, weaknesses and strengths. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(4), 201-214.

Piedrola, I., & Trillo, M. (2020). Profile and tendencies the idiomatic tourism demand. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3(3), 145-166.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7764871.pdf>

Piedrola, I., Artacho, C., & Villaseca, E. (2017). Estrategias innovadoras y marketing de destino para consolidar la tendencia al alza del turismo idiomático en España. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(3), 441-458. <http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/267/254>

Porter, M. (2016). *La cadena de valor de Michael Porter: Identifique y optimice su ventaja*. (Spanish Edition) Ed. 50 Minutos.es.

Regions, A. (9 de Mayo de 2023). *Organizacion Mundial del Turismo*.
<https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigorouso-arranque-en-2023>

Rudilosso, R. (10 de Octubre de 2017). *Universidad Politécnica De Cartagena*.
<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6304/tfm-ud%20tur.pdf?sequence=1>

Samperio , L. (2019). El turismo idiomático en la oferta educativa del Centro de Enseñanza para Extranjeros de la UNAM. *Revista del Centro de Enseñanza para Extranjeros*, 19(23), 7-16.

- Sánchez, J., Soler, I., & Soler, Y. (2018). *Repositorio institucional UNIMINUTO*.
<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/8154>
- Serrano , M. (2019). *Universidad de les Illes Balears*.
- Torres, J., Navarro, E., & Guevara, A. (2019). Desarrollo local y turismo: conceptualización, metodologías y aplicaciones. *Revistas Espacios*, 40(25), 13. <https://revistaespacios.com/a19v40n25/a19v40n25p13.pdf>
- Ullauri, N., Rincón, N., & Martínez, M. (2017). El turismo idiomático: una alternativa dedesarrollosostenible. *Revista Publicando*, 4(13), 45-61.
- UNAM. (2017). *Universidad Nacional Autónoma de México*.
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1444/3.pdf>
- Vargas, M. (2020). Juicios multilingües en Barcelona desde la perspectiva de la sociología del lenguaje. Lenguas dominantes, lenguas minorizadas y lenguas invisibles. *Revista Lingüística, filosofía y traducción: Onomázein*, 47, 206-224. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7345255>
- Yandún , O. (Julio de 2019). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra*.
<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/493/1/2.-INFORME%20FINAL.pdf>
- Abril Sellarés, M., Azpelicueta Criado, M. del C., & Sánchez-Fernández, M. D. (2019). Análisis del viaje como uno de los ejes transformadores del proceso educativo. *Universitas*, 29(30), 63–78. <https://doi.org/10.17163/uni.n30.2019.03>
- Alcázar, E., Gámiz, C., Iglesias, M., & Padró, A. (2019). The integration of idiomatic tourists in Barcelona. *Tourism and Heritage Journal*, 1, 90–112.
<https://doi.org/10.1344/thj.2019.1.6>
- Barna Uhagon, L. (2021). *El turismo idiomático en España y en Francia: propuesta de expansión* [Tesis de Licenciatura , Univ ¹⁷ d de Valladolid].
<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/49379>

- Barra-Hernández, P., & Navalón-García, R. (2021). Turismo idiomático: Conceptualización y valor estratégico en destinos consolidados. *Cuadernos de Turismo*, 186(1), 521–524. <https://doi.org/10.6018/TURISMO.492701>
- Cáceres Pérez, C., & Cárdenas Bravo, K. (2019). *Enseñanza del español como lengua extranjera en Cusco: análisis y reflexiones* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/177004>
- Córdova García, B., & Campoverde Bautista, R. (2021). *Propuesta para la implementación de una escuela de turismo idiomático en la Isla de Santa Cruz, Galápagos* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11170>
- Gutiérrez Ramos Ainhoa. (2022). *Turismo idiomático Estudio de los idiomas como punto motivacional para viajar al extranjero* [Tesis de Licenciatura, Universidad de La Laguna]. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/29178>
- Izquierdo Ferro, A. C. (2020). *Turismo Idiomático- Herramienta de construcción de una Diplomacia Cultural durante los gobiernos de Juan Manuel Santos Calderon* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. <http://hdl.handle.net/10554/47763>
- Jiménez Beltrán, F. J., & Cerezo López, J. M. (2019). Turismo idiomático y cultural en República Dominicana. Un análisis motivacional de la demanda. *SKOPOS. Revista Internacional de Traducción e Interpretación*, 9(1), 153–167. <https://doi.org/10.21071/skopos.v9i0.11059>
- Landero Broca, M. A., & Gutiérrez Valencia, A. (2022). Turismo idiomático: desigualdad del aprendizaje de lenguas extranjeras Language tourism: inequality in foreign language learning. *Revista Electrónica del Desarrollo Humano Para La Innovación Social*, 9(17), 1–11. <https://www.cdhis.org.mx/index.php/CAGI/article/view/170>

- Lastra-Bravo, X., & Cabanilla, E. (2020). Impacto del turismo en el desarrollo del Ecuador. Reflexiones desde la academia - IV CONGRETUR. *Estudios y Perspectivas Del Turismo*, 29(4), 1272–1289.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7590702>
- Medina López, S. (2023). El desarrollo del turismo idiomático en Playa del Carmen, Quintana Roo México, durante el período 1997-2023. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 7(2), 213–235.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21071/riturem.v7i2.16124>
- Romaguera Gil, A. (2019). *Zaragoza hacia el turismo idiomático. Estudio de caso: el extranjero, estudiante y Erasmus* [Tesis de Licenciatura, Universidad Zaragoza].
<https://zaguan.unizar.es/record/106498>
- Sánchez Menéndez, J. E. (2019). El turismo idiomático en Xalapa: un estado de la cuestión. *Decires, Revista Del Centro de Enseñanza Para Extranjeros.*, 19(23), 17–36. <https://doi.org/10.22201/cepe.14059134e.2019.19.23.25>
- Ullauri Donoso, N. D. J., Chávez García, D. C., & Chalén Chérrez, P. S. (2019). Perfil del turista idiomático en la ciudad de Cuenca y su aporte a la economía local. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2(6), 1–25.
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/turista-idiomatico-cuenca.html>