



Turismo lingüístico como alternativa para la diversificación turística del cantón Salinas, Ecuador

Linguistic Tourism as an alternative for the tourist diversification of the Canton Salinas, Ecuador

Jahaira Pamela Venegas Cedeño*  <https://orcid.org/0000-0001-9144-9345>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

* pvenegas88@hotmail.com

RESUMEN

Existen diversos idiomas en el mundo, el español es uno de los más difíciles de aprender, por lo que esta investigación se fundamenta en quienes dicen que se lo utilice como un medio para atraer turistas interesados en el dominio de este. En la presente investigación se analizó la relevancia del turismo lingüístico como alternativa para su diversificación en el cantón Salinas, se definió la importancia de la lengua para el sector turístico. Además, se estudió la oferta y la demanda del turismo actual con la finalidad de comprender la realidad de su entorno. El estudio fue exploratorio y no experimental, los hechos se registraron en el momento en que ocurrieron para luego sugerir una propuesta que contribuya a cambios en el turismo del cantón, actividad generadora de nuevas fuentes de empleo, proceso en el que se usó fuentes primarias y secundarias. Los resultados indican que actualmente en el balneario de Salinas no se oferta el turismo idiomático, se recomienda para futuros estudios una propuesta basada en un programa de enseñanza del idioma español que incentive la afluencia de turistas, lo que viabilizará el desarrollo del cantón, no solo en aspectos turísticos sino también en el económico, social y cultural.

Palabras Clave: Turismo lingüístico/idiomático, diversificación del turismo, incentivar.

ABSTRACT

There are several languages in the world, Spanish is one of the most difficult to learn, so this research is based on those who say that it is used as a means to attract tourists interested in mastering it. In this research, the relevance of linguistic tourism as an alternative for its diversification in the Salinas canton was analyzed, and the importance of the language for the tourism sector was defined. In addition, the supply and demand of current tourism was studied in order to understand the reality of its environment. The study was exploratory and non-experimental, the facts were recorded at the time they occurred to then suggest a proposal that would contribute to changes in tourism in the canton, an activity that generates new sources of employment, a process in which primary and secondary sources were used. The results indicate that language tourism is not currently offered in the resort of Salinas. It is recommended for future studies a proposal based on a Spanish language teaching program to encourage the influx of tourists, which will make the development of the canton viable, not only in tourism aspects but also in economic, social and cultural aspects.

Keywords: Linguistic / idiomatic tourism, diversification of tourism, incentivize.

Recibido: 21/04/2021;

Aceptado: 27/10/2021

Publicado: 28/12/2021

1. Introducción

El turismo siempre ha sido una actividad que depende de varias otras ciencias por su naturaleza, se podría decir que una de las ciencias que más efecto ha tenido al momento de conceptualizarlo es la economía puesto que cada acción realizada por el turismo siempre trae consigo algún tipo de efecto económico, es decir, ingresos, a pesar de ser clasificada como una actividad terciaria este rubro en algunos países es donde más ingresos genera, razón por la que se pone énfasis en la creación de espacios recreativos y la mejora de infraestructuras destinadas a la atracción del turista extranjero.

Debido a la limitada visión y el reducido conocimiento de la comunidad acerca de los diversos tipos de turismo y cómo gestionar de manera eficiente el desarrollo de nuevos tipos de turismo, no puede realizar gestiones con facilidad por lo tanto es imprescindible que cambie la forma en que los locales ven el turismo, y se involucren en el estudio y la aplicación de nuevas estrategias turísticas.

Para comprender de mejor manera este estudio es importante definir lo que es el turismo idiomático en sí mismo por lo que en este caso para Barolo ¹ el término se refiere a una modalidad de viajes con una mezcla entre el estudio y el ocio, puesto que se trata de

aprovechar las vacaciones para aprender y perfilar la lengua del país de destino.

Los turistas tienen diversas motivaciones para emprender viajes desde sus lugares de residencia a varios lugares diferentes, entre los que se puede destacar a aquellos que lo hacen con fines de relajación, vacacionar, aprendizaje de la cultura y costumbres de otros países, por lo que al desarrollar el turismo idiomático en la provincia de Santa Elena se transformarán los valores intangibles del territorio en un recurso económico, potencial para el crecimiento y sostenibilidad de la economía del cantón.

El balneario de Salinas es uno de los más importantes del país, cuenta con una gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros; sin embargo, se evidencia escasez en la oferta turística, por lo que se crea la necesidad de buscar nuevas formas de diversificar el turismo, centrándose en los turistas extranjeros al aplicar la estrategia de turismo idiomático.

De igual manera, es importante subrayar que este tipo de turismo contiene un gran potencial que ha sido limitadamente estudiado desde el enfoque académico, por lo tanto, no se lo ha llevado de forma competente y hacer de ello la pieza fundamental para la diversificación de las ofertas turísticas del cantón y con esto mejorar la competitividad del territorio.

Diagrama de competitividad del turismo lingüístico

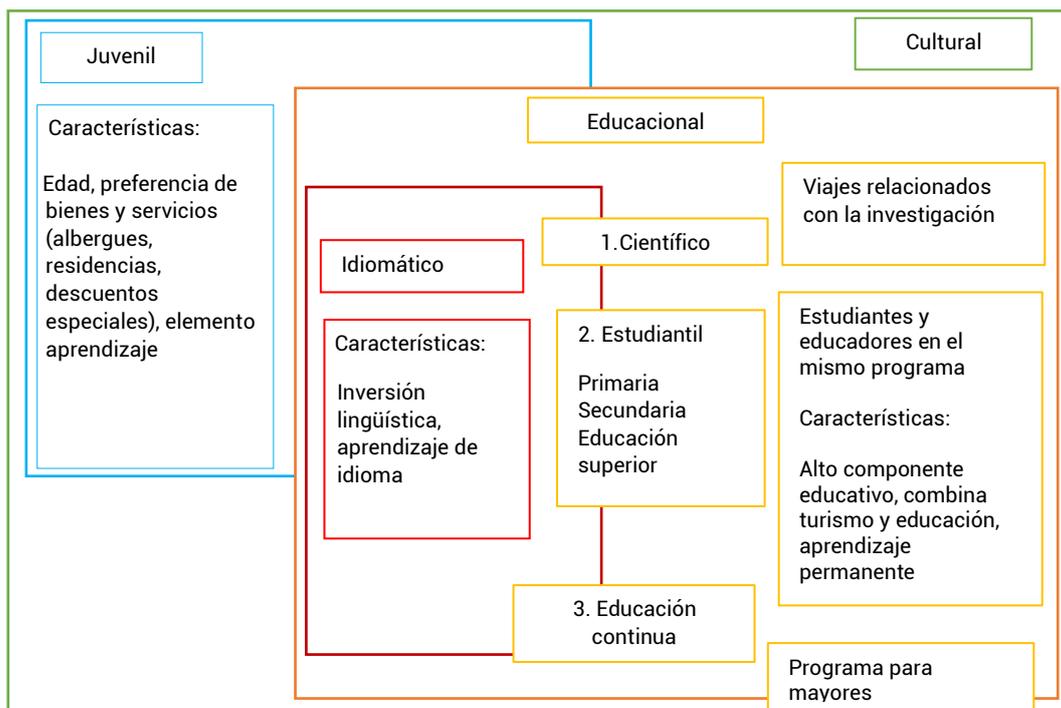


Figura 1. Para comprender el turismo lingüístico

Salinas cuenta con una población de extranjeros actualmente residentes en el lugar, por lo tanto existe la

necesidad de comunicarse adecuadamente, pues ellos no tienen mucho contacto con las personas locales, a

causa de las diferencias idiomáticas y para ello se debe tener en cuenta que esta propuesta ayuda a mitigar e incluso a eliminar esa barrera, lo que ayuda a la formación del circuito turístico en la localidad diversificando así la oferta del turismo tradicional de sol y playa, publicitado desde siempre en esta jurisdicción territorial, identificado como balneario turístico de sol y playa.

El presente trabajo trata sobre los efectos que tendría el promover e incentivar el turismo lingüístico por medio de la formulación de programas de enseñanza de español en el balneario de Salinas; por lo tanto, se ha realizado una recopilación de información teórica en la que se ha buscado definir lo que es el turismo idiomático, luego se ha investigado la información necesaria para determinar de forma efectiva lo que éste puede aportar en el desarrollo de la comunidad y al objeto de estudio de la investigación realizada.

Igualmente, se procedió a analizar cómo es la oferta actual del turismo idiomático en el balneario y de qué manera se puede mejorar la oferta; además de aquello, se ha buscado información referente a la demanda de este producto turístico para finalmente, buscar la manera óptima y hacer que la oferta pueda satisfacer la demanda y se desarrolle de manera sostenible.

2. Materiales y métodos

Para la realización de la investigación se utilizó un enfoque exploratorio puesto que, no se tiene información secundaria suficiente sobre el tema en cuestión por lo que se recurrió a la utilización de técnicas y métodos enfocados en la recolección de información primaria; sin embargo, esto no quiere decir que se ha dejado de lado la información de otras fuentes; además de, utilizar también el tipo de investigación descriptiva para registrar cada dato importante obtenido por medio de las entrevistas o fichas de observación y en cuanto a fuentes secundarias, revisión de textos, publicaciones científicas e información estadística de instituciones públicas.

Las encuestas aplicadas fueron diseñadas con la finalidad de responder las dudas con respecto a temas sociodemográficos, motivación para visitar un lugar, preferencias sobre lugares, percepciones sobre un sitio, además, si el visitante extranjero ha tenido alguna experiencia, se le hizo preguntas también acerca de sugerencias o recomendaciones que puedan ofrecer para la mejora del turismo en el balneario, esta encuesta tuvo una duración de entre 10 y 15 minutos.

Al momento de recopilar la información fue importante dirigirse a las fuentes específicas que dieron datos requeridos, se utilizó como población y muestra a los turistas tanto locales como extranjeros, haciendo énfasis en los extranjeros residentes en el cantón, colectivo que según el censo del GCD² está integrado

por 500 personas y que el número aumenta cada año, además según las estadísticas, los turistas locales llegan al 73% mientras que los extranjeros son del 27%.

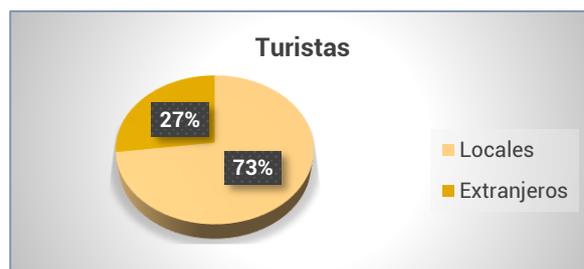


Figura 2. Distribución de turistas nacionales y extranjeros

3. Discusión y resultados

Al hablar de turismo idiomático se hace énfasis en la relevancia que tiene la lengua en un estudio de naturaleza académica de cuarto nivel, puesto que para desarrollar un producto turístico se necesitan recursos naturales. Sin embargo, la lengua es un recurso natural que inagotable, al usarlo por el contrario no se puede consumir ni agotar sino más bien se enriquece y su valor solo aumenta con el tiempo conforme se lo utilice con mayor frecuencia en todas las partes del mundo.

La lengua puede llegar a ser considerada como un producto sin costo de producción, puesto que a pesar de ser tan valioso desde un punto de vista tanto social como económico, es un bien único en su clase, pues los nativos no requieren nada para aprenderlo eso llega naturalmente, pero por otro lado al enseñarlo a otros que no lo conocen significa una gran fuente de ingresos.

En otro contexto, para los extranjeros sí tiene un valor único, es decir, tiene que pagar para aprenderlo solo una vez en su vida y después puede generar ingresos al enseñarlo a otros sin necesidad de incurrir en nuevos costos.



Figura 3. Características económicas del lenguaje

El idioma es un bien del cual nadie puede apropiarse, es decir ninguna persona puede decir que es de su propiedad, pues se trata de algo que no se puede

controlar; por ejemplo, en el español hay muchas formas de dar significado a una palabra o muchos acentos con los cuales se puede hablar, es un bien público, cada uno elige cómo usarlo; sin embargo, hay ciertas reglas tanto implícitas como explícitas, dependiendo del contexto en el que se encuentran.

De acuerdo a lo expresado por Magaña ³ al ser todo tipo de turismo clasificado como un servicio y más específicamente el idiomático, puesto que al comprender el idioma extranjero los pobladores pueden mejorar el servicio a los visitantes, por ende, habrá mayor aceptación y se difundirá una buena opinión sobre la localidad en el resto de los países.

De acuerdo con Hernández ⁴ al referirse al turismo lingüístico como una manera informal de aprender los idiomas de los lugares que el turista visita mediante la interacción con las personas de la localidad, estrategia que también sirve para que tanto los nativos como extranjeros amplíen su conocimiento, además de disfrutar de cada uno de los atractivos turísticos.

Para a la Organización Mundial del Turismo (OMT)⁵ el turismo lingüístico se refiere a las actividades que realizan los turistas durante el tiempo que se encuentran en diversos lugares debido a sus viajes, durante un tiempo consecutivo menor a un año, pero siempre con la finalidad de que la mayor parte de lo que hacen tenga que ver con el aprendizaje del idioma del lugar en donde se encuentren (OMT citado en Piédrola *et al.*)⁷.

Cuando una comunidad tiene el conocimiento y los recursos necesarios para convertir su idioma en un elemento de identidad, referencia y atracción de extranjeros, se da también una relación directa con la generación de riqueza intelectual y creatividad, claro está que la potencialidad que reside en este método de creación de un nuevo recurso económico se encuentra en cada una de las personas residentes en una comunidad que la pone en práctica, además del conocimiento que tengan acerca de la internacionalidad y otros idiomas ¹.

En lo que se refiere a las estrategias de diversificación de oferta y de estacionalización de demanda según Pardo ⁶ en este mundo cada día más globalizado, es imprescindible el tomar medidas e iniciativas requeridas para que el mercado turístico se ajuste y se vuelva más dinámico; en cuanto al cantón Salinas, se puede decir que tiene el atractivo necesario para aplicar este tipo de estrategias.

Piédrola *et al.* ⁷ quienes en su investigación sobre el turismo idiomático obtuvieron como resultado que este tipo de turismo tiene mayor duración de estancia que el turismo convencional y los visitantes quedan muy satisfechos tanto con el lugar como con las personas que

los atienden, por tal razón se puede decir que es una idea que al aplicarla en el estudio actual del balneario de Salinas, se podrán obtener buenos resultados al atraer aún más a los turistas extranjeros, lo que brindará una mayor demanda de los servicios turísticos por lo tanto habrá una mayor oferta de trabajo y a la vez se contribuirá con la calidad de atención al turista, aportando así al desarrollo económico local.

Para conocer un poco más del cómo funciona la parte de la demanda de este producto turístico, se toma en cuenta la creciente cantidad de personas interesadas en los lugares hispanohablantes, puesto que con el tiempo el español se ha convertido en un idioma bastante atractivo para otros países siendo considerado uno de los idiomas más sexys del mundo, por lo que cada día muchos extranjeros quieren aprenderlo por diversos motivos, ya sea por negocios, vacacionar u otros motivos.

También queda claro que una de las razones por las que se ha estimulado e impulsado el turismo lingüístico se debe a la internacionalización de muchas empresas de España y de Hispanoamérica, el desarrollo de negocios con su principal idioma español en países que hablan otra lengua es un importante estímulo al momento de que extranjeros se decidan a viajar para ampliar sus conocimientos sobre el idioma español.

Es preciso destacar que la lengua es una clara señal de la identidad cultural de una comunidad, además de ser un importante medio por el cual comunicarse y al ser bien gestionado puede llegar a ser un activo competitivo a nivel nacional e internacional.

En cuanto a los diversos tipos de visitantes, están los que hacen turismo por motivos culturales y quienes lo hacen por razones de sol y playa para lo cual se toma como referencia el estudio de García *et al.* ⁸ en el cual su objetivo principal fue el analizar si existe alguna complementariedad entre estos dos tipos de turismo, el resultado fue que realmente sí existe tal relación y que al usarlo adecuadamente pueden reportar beneficios para ambos tipos de destino.

Por ende, se entiende que, para el caso de cantón Salinas, provincia de Santa Elena, jurisdicción territorial de la Costa del Pacífico, ciudad cantonal que se encuentra en una situación similar a la indicada en el párrafo anterior, tomar con cuidado esas palabras y buscar cómo hacer realidad la aplicación exitosa de sol y playa, teniendo en cuenta que el complemento ideal para el turismo de *Sol y Playa* es el cultural, al atraer a diversos visitantes que sienten curiosidad por lugares nuevos y culturas diferentes, donde descubran su lenguaje, dialecto, hábitos, principios, valores, actitudes, comportamientos, gustos, preferencias, creencias, tradiciones y costumbres de las personas de este lugar de origen.

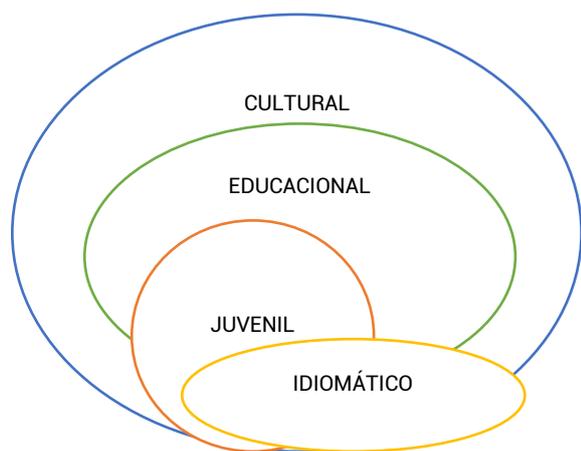


Figura 4. Tipología del turismo

Existen diversos idiomas en el mundo, sin embargo se dice que el español es uno de los más difíciles de aprender, por lo tanto cuando Aranda *et al.*⁹ mencionaron que se lo utilice como un medio para atraer turistas interesados en aprender el idioma, puesto que al estudiar en un lugar de habla hispana se tiene muchas oportunidades de practicar con las personas de la localidad, el aprendizaje sería más rápido y mejor, sería a la vez un gran aporte a la aplicación del turismo lingüístico en el balneario de Salinas.

Para entender mejor lo que es el turismo de sol y playa se toman en consideración los estudios de Magadán¹⁰ en el cual se indica lo que los ingleses conocen como el turismo de las 3 S, puesto que hace referencia a mar, sol, playa o arena pero con su nombre en inglés los cuales son *Sea, Sun and Sand* respectivamente, sin embargo éste no es solo utilizado como para relajarse y divertirse sino que también puede utilizarse con fines de terapia, pues ayuda a calmar a las personas tomando en cuenta el clima de las playas.

Teniendo en cuenta que el turismo de sol y playa en este lugar se está saturando cada día más debido a la constante promoción de nada más que propuestas tradicionales por parte de las autoridades turísticas, se puede denotar el descontento de la población lo que los impulsa a querer desarrollar diversas formas de atraer a los visitantes, para ello, el turismo idiomático es una opción que los puede catapultar a la obtención de ingresos y generación de fuentes de empleo para los habitantes de la localidad.

En cuanto a la planificación de estrategias y actividades que permitan mejorar la situación del turismo lingüístico una vez sea aplicado se podría tomar como referencia las palabras de Castillo *et al.*¹¹ en su investigación sobre la movilidad internacional como turismo idiomático, que aunque hace referencia a la movilidad de estudiantes universitarios al extrapolarlos al objeto de estudio de la presente investigación se puede obtener información de gran relevancia para la consecución de resultados.

Al conocer el perfil de los turistas internacionales y las principales motivaciones que tienen al momento de elegir el destino al cual se dirigirán, se puede conseguir la información necesaria para la realización de una planificación estratégica de actividades que aportarán a mejorar las actividades de turismo lingüístico; para llevar a cabo esto se debe tener en cuenta al idioma como un factor económico para atraer la atención de los posibles visitantes.

Para Tribiño *et al.*¹² quienes se enfocaron en determinar los desafíos a los que se enfrentan actualmente las actividades relacionadas con la gestión e innovación turística, es de gran importancia tener varias perspectivas de lo que podría llegar a ocurrir y las decisiones que las autoridades y personas relacionadas con el turismo se verán obligadas a tomar; entre ellas, la aplicación de propuestas innovadoras de gestión del turismo o el desarrollo de nuevos productos turísticos e incluso la aplicación de las TICS en la educación.

Al tomar en cuenta las diversas dificultades y oportunidades que se puedan visualizar en el momento en que se incurre en el sector turístico, hay que conocer las formas de ejecución de las estrategias para llegar al éxito, además, planificar adecuadamente las actividades de gestión del turismo innovador con la finalidad de que se mantengan en el tiempo.

Para ello, es necesario que se desarrollen diversos programas haciendo uso de las TICS existentes; si es necesario crear algún programa computacional que facilite la gestión del turismo lingüístico; por otro lado, poniendo énfasis en la educación, las universidades deberán ayudar a que se formen nuevos profesionales con los conocimientos necesarios sobre el nuevo tipo de turismo a implementar y las nuevas TICS que se utilizarán para que el proceso de gestión sea adecuado y puedan tener éxito en la implementación de programas o incluso proponer nuevas formas de gestionar, competentemente, el turismo para beneficio de la sociedad.

Hay varias maneras de viajar por el mundo sin tener que haber trabajado tanto solo para costearse un viaje, esto se debe a un programa que consiste básicamente en un viaje gratis realizando un voluntariado; actualmente existen muchas páginas web que se encargan de registrar a cada una de las personas que desean hacer uso de este servicio, dado que se ha convertido en una opción factible y que en la actualidad se encuentra en auge.

Sin embargo este no es el tipo de voluntariado del cual se pide poner un granito de arena en alguna situación para hacer del mundo un lugar mejor, este voluntariado trata específicamente de realizar un trabajo con el fin de costear el viaje o también puede ser definido como una experiencia laboral real, es decir, en las páginas web el interesado puede decidir dónde y qué trabajo quiere realizar, puesto que existen muchas

opciones para elegir la que más se adapte a la persona que desea hacer el voluntariado.

En muchos de los casos, el lugar de destino provee alojamiento y también alimentación, entre los trabajos que se pueden elegir se encuentran lugares como: granjas orgánicas y huertos, hoteles y albergues, centros de conservación de la fauna o centros de idiomas e incluso en orfanatos y escuelas rurales, entre otros.

También se podría indicar que al hacer este tipo de turismo las personas pueden aprender y refinar un idioma diferente a su lengua materna, el mismo que puede ser aplicado en lugares como el balneario de Salinas, con la finalidad de aumentar la afluencia de turistas extranjeros, incentivando el desarrollo sostenible del turismo idiomático.

Entre los principales países donde las personas tienen mayor interés en el turismo idiomático son Alemania, Francia y Estados Unidos, asimismo hay personas de países miembros de la Unión Europea, tales como República Checa, Hungría y Polonia, estos son los que proporcionan una gran cantidad de turistas idiomáticos con una gran motivación en su aprendizaje del idioma español.

Ecuador hace inmersiones en lo que respecta al turismo idiomático, se puede decir que se basa principalmente en enseñar el español a extranjeros en un centro de estudios, además de aquello, estas escuelas cuentan con estrategias que ayudan a mantener un buen número de estudiantes puesto que realizan convenios con universidades y centros de idiomas de otros países con los cuales pueden realizar intercambios de estudiantes con la finalidad de que aprendan el nuevo idioma en el lugar materno del mismo. Este tipo de turismo lingüístico, junto con los centros de enseñanza del idioma español, son relativamente nuevos, además no han sido completamente regularizados del todo en el país, puesto que, en principio solo eran conocidos como centros ocupacionales regidos por el Ministerio de Educación, sin embargo, desde el año 2017 esa responsabilidad se le ha otorgado a la Secretaría Técnica de Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales SETEC.

En el país, todos los centros de idiomas destinados para dar un servicio de turismo idiomático se deben unir a la asociación de centros de idiomas para extranjeros con el objeto de realizar de mejor manera la gestión y el control de estas entidades Álvarez *et al.*¹³.

En el Ecuador existe una asociación de centros de enseñanza en español desde el año 2008, cuenta con un conjunto de entidades miembros que se encargan de la enseñanza del español como lengua extranjera y tiene como su principal objetivo enseñar a estudiantes extranjeros el idioma con una alta calidad de enseñanza y aprendizaje.

Por otro lado, al hablar de país y el turismo lingüístico no se puede dejar de lado la ciudad de Cuenca, la cual cuenta con una trayectoria de dos décadas ofertando este tipo de turismo así como cursos de español en diversas modalidades y actividades; sin embargo, varias escuelas se adaptan a los requerimientos del estudiante, pero la mayoría cumple un programa preestablecido puesto que tienen convenios con entidades extranjeras con la finalidad de hacer una inmersión lingüística-cultural en la ciudad.

Es necesario enfatizar que, desde una perspectiva económica, el lenguaje o idioma es un factor esencial que compone el capital humano y social; en la actualidad el español se encuentra ubicado en el puesto número dos de las lenguas más utilizadas a nivel mundial en la comunicación y este potencial es descrito como la cantidad de canales y comunicaciones que se emitan en este idioma.

Si bien es cierto que en el país la actividad turística se basa más en las actividades recreativas destinadas al sol y playa, existen muchas variantes de turismo, por lo tanto, se trata de impulsar los otros tipos para desarrollar la economía en el sector turístico, al formular e implementar un programa de turismo idiomático se beneficiaría todo el sector en general, así como el transporte, la hostelería, la restauración, entre otros.

En el caso del balneario de Salinas, donde muchos extranjeros están vacacionando o residiendo, se vuelve un lugar acogedor para aquellos que no entienden el idioma local, puesto que pueden encontrar fácilmente los lugares y las actividades que quieren realizar, así mismo, tanto la publicidad como las señales de tránsito colocados por el Gad municipal, están destinados a impulsar el turismo idiomático, pues están tanto en idioma hispano como en inglés.

Para ofertar el turismo idiomático se debe tomar en cuenta que se trata de estudiar una lengua diferente de la materna aprovechando las vacaciones como una forma de aprender o mejorar el nuevo idioma que se intenta comprender, este tipo de turismo no tiene una larga duración por lo que generalmente se termina antes del año, para ofertar el turismo idiomático la mejor manera es abrir centros de enseñanza de español en este caso para los turistas extranjeros que estén deseosos de aprender.

El turismo lingüístico tiene dos importantes características y se debe a que, aunque se registra durante todo el año, tiene una especial incidencia siempre las fechas de vacaciones y su demanda suele darse con mayor influencia en zonas urbanas, en especial lugares que poseen una gran riqueza patrimonial y cultural; es decir, sitios con gran posicionamiento como destino turístico porque es una motivación decisiva en la elección por parte de los visitantes.

Actualmente, el hacer viajes turísticos no es un producto lujoso destinado solo a personas ricas con tiempo libre suficiente, sino más bien que es reconocido como una necesidad imperiosa o incluso como un derecho que aporta al desarrollo de las regiones y países donde se da.

De acuerdo con el estudio realizado en el balneario de Salinas, los turistas que visitan el lugar lo hacen por diversas razones entre ellas se encuentran el clima, el idioma, las atracciones turísticas, entre otros. Por lo que esto es lo que se debe tener en cuenta al momento de hacer una nueva oferta de turismo, tal cual se muestra en el gráfico a continuación, en el que cual se denota claramente que las personas llegan con la finalidad de pulir su español y visitar de paso las atracciones culturales y turísticas de Salinas.

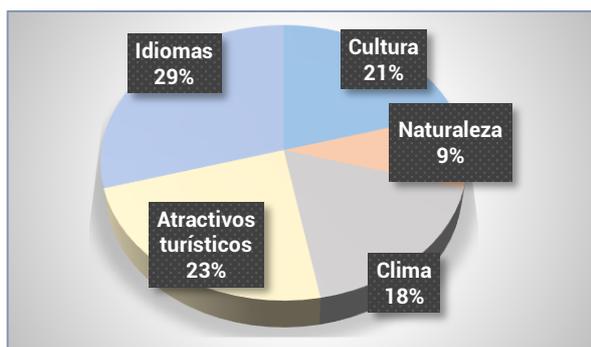


Figura 5. Motivación de visita.



Figura 6. ¿Cómo se informó del balneario de Salinas?

En las encuestas también se solicitó información a los turistas sobre forma en que se enteraron sobre este destino turístico, puesto que, de esta manera una vez que se realice una oferta de turismo nuevo en el balneario se pueda conocer de antemano cuál es el mejor método de difusión de la información, publicidad, promociones y otras acciones destinadas a informar a los visitantes sobre nuevas actividades turísticas en la localidad, en este caso como resultados se obtuvo que sería provechoso utilizar las redes sociales y la televisión como principales medios para dar a conocer los nuevos productos turísticos ofertados.

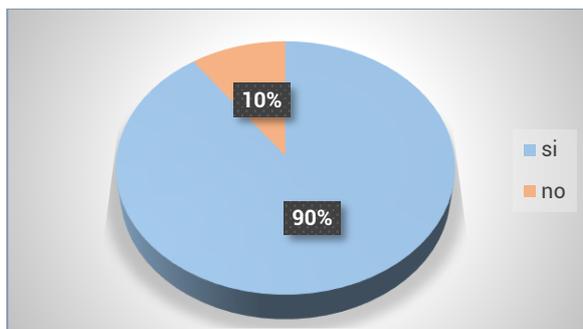


Figura 7. ¿Le gustaría que Salinas tenga una mejor oferta de turismo idiomático?

En cuanto a la oferta de turismo lingüístico en la provincia de Santa Elena, específicamente en Salinas, si bien es cierto que hay gran afluencia de visitantes extranjeros se debe más al turismo de sol y playa puesto que es lo que más oferta el balneario, sin embargo, al existir una gran cantidad de extranjeros en el sitio se puede aprender de mejor manera el idioma por lo que todos respondieron que les gustaría que Salinas tuviese mayor oferta en los que respecta al turismo idiomático.

Existen programas de enseñanza de español en varios lugares, para efectos de este estudio se tomó como referencia Guayaquil y Montañita, sobre aquello se obtuvo como respuesta que la mayoría de los programas apenas tienen una duración de cuatro semanas o podrían llegar a cinco y/o seis semanas; sin embargo, para mejores resultados en cuanto a atracción de turistas para que realicen el turismo idiomático, la primera opción es lo mejor, puesto que las vacaciones no duran mucho y les deja más tiempo para ocuparlo en integrar sus estudios con la práctica visitando lugares turísticos con la finalidad de practicar el idioma ¹³.

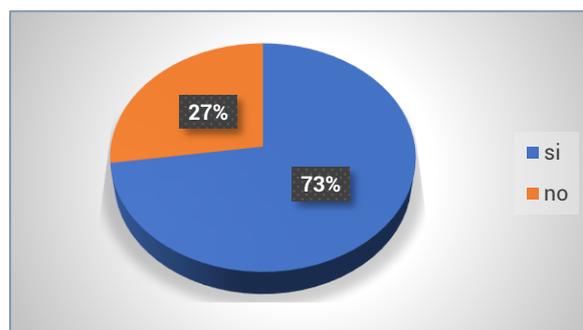


Figura 8. ¿Recomendaría el balneario de Salinas a sus conocidos?

Al momento de consultar a los encuestados si recomendarían a Salinas como un destino turístico a sus conocidos, la mayoría mostró una gran aceptación puesto que les pareció bastante entretenida su estancia, sin embargo, también un porcentaje alto que respondieron de forma negativa lo cual que se debe a la falta de diversidad de ofertas orientadas a la enseñanza del español.

4. Conclusiones

Actualmente, en el Ecuador se está tratando de impulsar cada día más el turismo idiomático, la oferta actual con la que se cuenta, básicamente se centra en la ciudad de Cuenca la cual se ejecuta desde hace dos décadas, además de Guayaquil y Montañita, pues son los lugares en los que se puede encontrar gran cantidad de extranjeros y en los que la comunidad ha aprendido a aprovechar las oportunidades que han llegado y así ayudando al desarrollo de la localidad.

El país tiene una gran cantidad de atractivos turísticos, debido a los climas diversos con los que cuenta y la naturaleza donde se encuentran muchos lugares hermosos, por ende, existen muchos extranjeros interesados en conocerlos y se dan el tiempo de viajar a vacacionar; Santa Elena cuenta con muchas atracciones y específicamente en Salinas es donde se reúnen los turistas, puesto que posee playas muy tranquilas que pueden ser visitadas en familia; el sector Paco Illescas (San Lorenzo) y en Chipipe, son lugares donde se puede hacer surf y debido a aquello siempre hay personas de otros países que quieren aprender más del idioma español para poder comunicarse de mejor manera con los lugareños.

Por otro lado, al hacer que el balneario de Salinas sea reconocido a nivel mundial por los extranjeros como un destino turístico atractivo para visitar, no solo por el tipo de sol y playa sino por ser un lugar donde pueden refinar su idioma español, también sería una gran ayuda al país, puesto que, mejoraría la economía y de esta manera aportaría al desarrollo de la región.

Con la finalidad de contribuir al desarrollo del turismo idiomático en Salinas, se pone a consideración de los lectores la información obtenida de diversas fuentes y de esta manera ayudar al desarrollo de la localidad, además, considerar el turismo vinculado con los voluntariados para aumentar la afluencia de visitantes y desarrollar de manera más eficiente el turismo lingüístico en la localidad.

El tipo de turismo lingüístico como una alternativa para diversificar la oferta turística en el cantón Salinas podría ser desarrollado, puesto que se trata básicamente de programas de estudio del español que se pueden realizar en un corto periodo de tiempo, debido a la afluencia de visitantes extranjeros en la localidad, una de las principales actividades a ejecutar sería las visitas guiadas a la ciudad por parte de los centros de idiomas.

Para complementar esta actividad, también serían buenas las opciones de realizar visitas en ciertos lugares tales como exposiciones, museos y monumentos, por otra parte, se podría tomar en cuenta actividades de relax como realizar rutas destinadas a otros tipos de turismo, realizar excursiones fuera de la ciudad o pueblos ancestrales, además de asistir a fiestas

populares y a lugares donde se disfrute de la gastronomía típica de la localidad.

Además de aquellas actividades, los participantes del turismo lingüístico tienen otras opciones para practicar su idioma y pronunciación al realizar diversas actividades, ya sea con amigos o familiares como por ejemplo disfrutar de la playa y el sol, salir de compras, disfrutar de los centros de diversión nocturnos como bares y discotecas, con la intención de que el turista quede con la sensación de querer repetir las experiencias en el balneario. Este sería el momento ideal para una cooperación entre universidades, de las entidades tanto públicas como privadas, con la voluntad de mirar al futuro, con expectativas de diseñar programa de calidad, los estudios previos que se hayan realizado ya sean antropológicos, psicossociológico, además del etnográfico, aportarán con datos para tener resultados veraces para los agentes de turismo públicos y privados.

Sin lugar a duda que, mientras más información sobre los deseos, preferencias o creencias de los visitantes extranjeros de turismo idiomático exista, mejores estrategias se pueden planificar con la finalidad de motivar y vender el nuevo producto turístico.

Se recomienda para futuras investigaciones, proponer un programa de turismo idiomático en Salinas, lo que representa una gran oportunidad para la comunidad y la posibilidad de generar nuevas plazas de empleos que giren en torno al turismo lingüístico para satisfacer las necesidades del turista y visitante extranjero, al realizarlo también tendría efecto en el desarrollo de la infraestructura de la localidad.

5. Referencias

1. M. Baralo, «P3 USAL,» 2015. [En línea]. Available: <https://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/view/3345/4171>.
2. G. C. d. Salinas, 2010.
3. I. Magaña Carrillo, «Una lengua para el turismo competitivo en el siglo XXI,» El Periplo Sustentable, 2016.
4. A. P. Hernández Freire y D. A. Martínez Coloma, «El aprendizaje del idioma español como factor motivacional para la captación y desarrollo de un nuevo segmento de mercado turístico en el cantón Baños de Agua Santa provincia de Tungurahua,» Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Turismo y hotelería, Ambato, 2016.
5. O. M. d. I. S. (OMT).
6. C. J. Pardo Abad, «El Turismo Idiomático En España Como Potenciador Cultural En Ciudades Patrimoniales: El Caso De Salamanca Y Alcalá De

- Henares,» Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) Murcia, 2011.
7. I. Piédrola Ortiz y C. Artacho Ruiz, «El Turismo Idiomático: Una Oportunidad De Desarrollo Local Para Córdoba,» Revista Geográfica de América Central, 2011.
 8. A. García Sanchez y F. J. Alburquerque García, «El Turismo Cultural Y El De Sol Y Playa: ¿Sustitutivos O Complementarios?,» Cuadernos de Turismo Universidad Politécnica de Cartagena, 2003.
 9. E. Aranda García y A. Molina Collado, «"La enseñanza del español como recurso turístico en castilla-La Mancha",» Redalyc, 2015.
 10. M. Magadán díaz y J. Rivas García, Turismo y Tendencias, Septema Ediciones, 2015.
 11. M. I. Castillo Arredondo, M. I. Rodríguez Zapatero y T. L. Guzmán Gúzman, «Análisis Del Estudiante Universitario En Programas De Movilidad Internacional Como Turista Idiomático.,» International Journal of Scientific Management and Tourism, 2017.
 12. L. F. Tribiño, M. L. Galán, N. Rueda y M. Leguizamón, Debates contemporáneos sobre el turismo tomo III. Desafíos actuales en la gestión e innovación del turismo: perspectivas y apuestas para su manejo, Colombia: Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, 2016.
 13. E. Álvarez Enderica y V. Ochoa Ochoa, «El multideestino ecuatoriano como propuesta para el turismo idiomático,» Cuenca, 2019.