UNIVERSIDAD
SAN IGNACIO
DE LOYOLA

UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA, TURISMO Y GASTRONOMÍA

Carrera de Administración en Turismo

TURISMO IDIOMÁTICO EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, UN ANÁLISIS INICIAL DE LA OFERTA Y DEMANDA

Monografía para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en Turismo

GIANCARLO RAMOS DE ROSAS CARPIO

Lima – Perú

2012

A mis padres y hermana

Resumen

En los últimos años, el Perú ha ido obteniendo una gran reputación sobre sus atractivos turísticos debido a la gran promoción turística que se ha realizado por parte de sus autoridades. La gran diversidad de recursos turísticos, sobre todo culturales, ha hecho que el Perú sea considerado un país ícono a nivel mundial. La promoción de atractivos culturales como Machu Picchu y el Camino Inca, generan un gran interés turístico a nivel mundial, resultado que evidencian por las cifras crecientes desde el año 2001[1]. A esto le sumamos el gran trabajo del estado peruano al promocionar el país a través de la Marca Perú. Sin embargo, existen otras labores de ámbito turístico que tiene el país, como el turismo idiomático.

En el mundo, el turismo idiomático es percibido por turistas que buscan conocer los idiomas e interactuar con las costumbres y culturas que tienen las sociedades. Tenemos por ejemplo, turistas ingleses que viajan a la India para aprender su idioma y conocer mejor su cultura, o turistas españoles que viajan a Irlanda para aprender el idioma Inglés. Así como estos ejemplos, actualmente hay turistas que viajan al Perú con el motivo de aprender el español como lengua extranjera. Esta investigación propone realizar un análisis inicial de la oferta y demanda del turismo idiomático en un distrito de la ciudad de Lima, Perú.

[1] PROMPERU (2010). *Afluencia de Turistas extranjeros a Machu Picchu y Camino Inca*.

INDICE

Resumen

I. Introducción 1

Hipótesis 2

Objetivos 3

Resultados esperados 3

II. Marco Teórico 5

2.1 Turismo idiomático – definición 5

2.2 Casos de turismo idiomático 11

2.3 Español como turismo idiomático 14

2.3.1 Caso España 16

2.3.2 Caso Sudamérica 19

2.3.2.1 Argentina 19

2.3.2.2 Uruguay 23

2.4 Turismo idiomático – Perú 25

III. Metodología 31

IV. Análisis empírico - turismo idiomático en Miraflores 34

V. Conclusiones 44

VI. Recomendaciones 48

VII. Bibliografía 50

Anexos

I. Introducción

La Organización Mundial de Turismo (OMT) en el año 2002 publicó el estudio Tourism 2020 - Global Forecast and Profiles of Market Segments[2]. En esta publicación, la OMT establece varios factores importantes para el desarrollo y comercialización de los destinos turísticos. Al referirse sobre el análisis del turismo cultural, indica que uno de los aspectos a tener en cuenta es la diversidad de formas e intensidad con las cuales ésta se manifiesta. Una manifestación es la enseñanza de las lenguas, enfocándonos en el idioma español, las cuales abarca un conjunto de actividades en las cuales destacan la editorial, los medios de comunicación y el turismo idiomático.

Según estudios realizados por el Censo Bureau[3] en Estados Unidos, el idioma español cada vez está siendo aprendido por los ciudadanos estadounidenses, los cuales ven dicho idioma como uno de los más importantes idiomas en el mundo. Esto en gran medida se debe al boom demográfico que experimenta los Estados Unidos con el crecimiento de la población hispana, que asciende en total a 50'477,594 habitantes[4]. Otro punto importante a remarcar es que según la Asociación de Academias de Lengua Española en España, para el año 2045 el idioma español será el idioma más hablado en el mundo, superando al chino mandarín.

[2] Organización Mundial de Turismo (2002). *Tourism 2020 – Global Forecast and Profiles of Market Segments.* Vol 7.
[3] Censo Bureau: Es el organismo gubernamental de los Estados Unidos que se encarga de medir los censos
[4] US Census Bureau (2010). *The Hispanic Population: 2010. Census brief*.

En la ciudad de Lima, exactamente en el distrito de Miraflores, existe una tendencia inicial que está empezando a tomar forma dentro del turismo cultural. El aprendizaje del idioma español por parte de los extranjeros, tiene varias características, como factor económico, social, lingüístico, entre otros.

El turismo idiomático en Lima se encuentra en una etapa de expansión inicial. Existe una demanda de turistas que buscan el aprendizaje del español como segunda lengua en Lima, y la oferta de escuelas comienzan a implementarse poco a poco en el mercado. Sin embargo, el crecimiento de estas ofertas se realiza sin ninguna organización ni coordinación.

Los principales agentes que movilizan esta demanda son los organismos especializados en intercambio estudiantil y las propias escuelas de español. La idea sólo se plantea en una escasa oferta y una demanda general, la cual aún no es diversificada, es decir, no existen estudios acerca de la demanda de turistas idiomáticos en Lima.

Hipótesis

Para esta investigación aplicada al tema del turismo idiomático en el distrito de Miraflores, se establecen 3 hipótesis: 1 principal y 2 secundarias. Estas son las siguientes:

- Hipótesis principal:

  El turismo idiomático es una alternativa para diversificar la oferta de turismo cultural en el distrito de Miraflores.

- Hipótesis secundarias:
    - El turismo idiomático es incipiente en Miraflores, por la poca oferta de academias de español.
    - El turismo idiomático es incipiente en Miraflores por la gran competencia que se tiene en la región latinoamericana.

Objetivos

La presente investigación tiene como objetivo general y específico los siguientes puntos:

Objetivo general.

Realizar una observación exhaustiva sobre el turismo idiomático en el distrito de Miraflores. Explorar la posibilidad de desarrollar el turismo idiomático como un nuevo nicho de mercado turístico que pueda incrementar y diversificar la demanda turística en el distrito de Miraflores.

Objetivos específicos.

- Identificar la oferta existente de turismo idiomático en el distrito de Miraflores.
- Explorar mediante una investigación cualitativa la demanda inicial del turismo idiomático en Miraflores.
- Conocer si es que el distrito de Miraflores cuenta con la infraestructura debida para desarrollar el turismo idiomático.

Resultados esperados

Esta investigación es importante para poder determinar las condiciones previas al desarrollo del turismo idiomático en el Perú, concentrando su oferta en el distrito de Miraflores. Los resultados que se esperan de esta investigación aplicada son los siguientes:

- Conocer los principales lineamientos y acciones turísticas de las escuelas de español.
- Identificar las motivaciones del turista idiomático, lo que permitirá plantear estrategias de promoción.
- Identificar las actividades complementarias del turismo de idiomas en Miraflores.