

## **TURISMO IDIOMÁTICO EN ARGENTINA: HACIA UN ESTADO DE COMPETITIVIDAD PERMANENTE**

Investigadores USAL:

Directora Ardito, Gabriela (gardito@usal.edu.ar); Ventosinos, Lucía

Alumnos Practicantes USAL:

Rolandi, Julieta Andrea; Sambuceti, Maximiliano

### **Resumen**

Tomando como punto de partida el auge del turismo idiomático a nivel global, este equipo de investigación se propuso hacer foco en los hallazgos resultantes de trabajos preliminares para compararlos con el estado de situación del producto en la actualidad. Por añadidura, detectamos aquellas acciones que ya han sido implementadas en pos del crecimiento y futuras acciones que deberían llevarse a cabo en relación al desarrollo, las estrategias de *marketing* y la comercialización del turismo idiomático receptivo en Argentina.

El objetivo de este trabajo es proporcionar a los actores involucrados en el turismo idiomático en nuestro país información que les permita optimizar sus recursos materiales y humanos para lograr posicionarse a nivel mundial. Para tal fin, se ha participado en ferias educativas internacionales, donde se realizaron entrevistas a referentes de instituciones educativas de América del Norte, Europa y Oceanía. A nivel nacional, se entrevistó a referentes de tres escuelas de español para extranjeros, dos de ellas en CABA y una en Córdoba. Se realizaron entrevistas a instituciones de enseñanza de lengua extranjera (ELE) de Argentina y a consultores educativos que se han agrupado bajo la denominación ARSAA (Asociación Argentina de Estudios en el Exterior), en 2016, con el fin de representar agencias y consultoras que comercializan el producto a nivel emisor y están dispuestas a promover español como lengua extranjera en el exterior. Asimismo, se ha establecido contacto con una nueva asociación de instituciones ELE, que nuclea a todas las escuelas de español para extranjeros que funcionan en CABA y realiza acciones conjuntas con la administración de la Ciudad de Buenos Aires.

A los fines de establecer una comparación del estado de situación del turismo idiomático entre el 2013, 2015 y 2018, se participará en la Feria Internacional de Turismo 2018, con el propósito de brindar información valiosa para los actores de este segmento.

**Palabras clave:** turismo idiomático; turismo receptivo; español; lengua extranjera

### **Abstract**

Taking as a starting point the boost in the language travel industry at a global level, this research team set out to focus on the findings resulting from preliminary work to compare them with the status of the product at present and to detect those actions that have already been implemented in

pursuit of its growth and future actions that should be carried out in relation to the development, marketing strategies and commercialization of inbound language travel in Argentina.

The objective of this work is to provide all actors involved in the product in our country with information that may allow for the optimization of their material and human resources to achieve global positioning. To this end, this research team has participated in international educational fairs, where interviews were held with representatives of educational institutions in North America, Europe and Oceania. At the national level, staff from three Spanish language schools for foreigners -two of them in CABA and one in Córdoba- were carried out. Interviews were also conducted with ELE institutions in and with educational consultants that set up the Argentine Study Abroad Association -ARSAA- in 2016 to represent those who promote the product at an outbound level and are willing to commercialize Spanish as a foreign language overseas. Likewise, contact has been established with a new association of ELE institutions that has emerged from SEA, is called ELE CABA, brings together all Spanish schools for foreigners that work in the CABA and carries out joint actions with the administration of the City of Buenos Aires and not at a national level.

In order to establish a comparison of the language travel industry at a local level between 2013, 2015 and 2018, the team will participate in the FIT 2018 (International Tourism Fair), with the purpose of providing valuable information for the actors of this segment.

**Keywords:** language travel; inbound tourism; spanish; foreign language