



CONCLUSIONES II Jornadas Idiomáticas



Una invitación, a través de un debate abierto, a reflexionar sobre el turismo idiomático en la provincia de Cádiz con grandes expertos y profesionales del sector.

#CadizConcienciaTurismo

Más de tres horas de magníficas e interesantísimas ponencias de grandes profesionales, especialistas en la materia, a través de un diálogo intenso y abierto, con activa participación del público, sobre la importancia del turismo idiomático en la provincia de Cádiz.

Una gran cantidad de datos sobre cifras de estudiantes que vienen a Cádiz a estudiar español, de semanas de estancia, de niveles de facturación, de incidencia en los diferentes segmentos de la economía y un largo etc...

Los estudiantes que vienen a la provincia de Cádiz a aprender español se van sabiendo mucho más que la lengua de Cervantes. Cuando vuelven a sus países de origen se convierten en los mejores prescriptores de nuestra cultura, convirtiéndose en magníficos embajadores de Cádiz.

2016 ha sido el mejor año de las últimas décadas y se prevee que 2017 sea igual o mejor que el año anterior, convirtiendo a la provincia de Cádiz en un destino consolidado en muchos mercados y emergente en otros, pero sin duda, un destino con un enorme potencial en materia de turismo idiomático.

Aquí os dejamos algunas imágenes y conclusiones de estas interesantes jornadas.



CONCLUSIONES

Jornadas Turismo Idiomático 10/11/17

SOY UN BUEN
Anfitrión
CÁDIZ

aet | aetcadiz.com

La enseñanza del español en España y Andalucía. Ana Cozar. FEDELE.

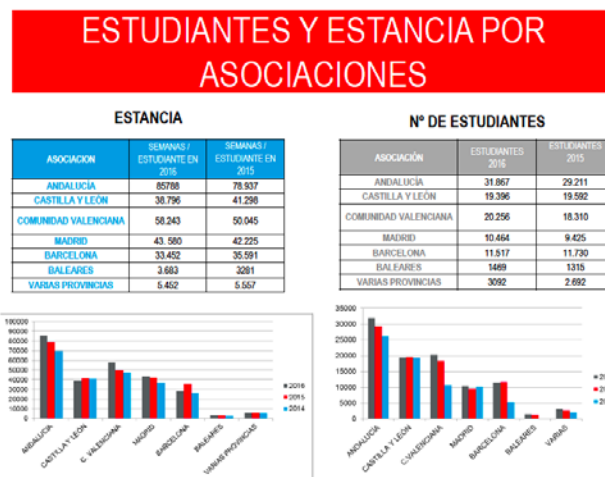
La enseñanza del español es un segmento está muy unido a la educación. El estudiante de español viene a conocer la cultura y a vivir la experiencia en el destino. Existe una gran variedad de modalidades de estancia según su duración (intensivos / extensivos) y las actividades a realizar durante el curso.

La acreditación del Instituto Cervantes supone una importante prueba de calidad.

El papel de la intermediación es fundamental, aunque las escuelas prefieren el contacto directo con el estudiante.

El beneficio económico para el destino es a corto y largo plazo, en varios segmentos.

En 2016, en España vinieron a las escuelas de Fedele (35% de las escuelas en España) casi 98.000 estudiantes con una estancia media de 309 semanas.



La promoción del turismo idiomático. TURISMO ANDALUZ

Andalucía se sitúa en 4ª posición como destino de este segmento (tras Madrid, Barcelona y Salamanca).

Cádiz destaca como destino emergente en el territorio andaluz.

La **demand**a se caracteriza por un interés especial en la cultura y en vivir experiencias únicas y diferentes.

El papel de los intermediarios es fundamental para la captación de estudiantes de español, aunque hay empresas que apuestan por las NNTT para sus técnicas de ventas.

Perfil consumidor : estancias prolongadas, nivel adquisitivo medio-alto, visitas de familiares. 60% Mujeres (40% hombres) Edad comprendida entre los 18-30 años.

Procedencia : Alemania, Inglaterra, Francia, Italia y EE.UU, principalmente. También Bélgica, Holanda y Suiza.

Los estudiantes de español son los mejores embajadores de LA MARCA ANDALUCÍA.

CONCLUSIONES

Jornadas Turismo Idiográfico 10/11/17



La importancia del turismo idiográfico en Andalucía. José María Casero. AEEA

No debemos limitarnos a “vendernos” como Asociación o Escuela de Idiomas. Debemos unirnos para vender DESTINO, bajo una marca conjunta. Las asociaciones y las propias escuelas deben ser las herramientas que garanticen la calidad en los servicios.

Repercusión económica del turismo idiográfico : Gasto medio 90€/día. 44 millones de euros. 1.512 empleos en la provincia. Estancia media de 5.000 semanas.

Las Administraciones deben tomar un papel más activo e involucrarse más en la promoción del destino por el impacto económico que supone este segmento y por los beneficios de imagen que reporta.

Existen mercados emergentes en Asia donde la falta de agilidad burocrática, como la expedición de visados, lo que afecta muy negativamente al segmento.

Como en todos los segmentos, existe el intrusismo, incluso desde las propias Administraciones Públicas.

No debemos enfocarnos únicamente en los números. Tenemos que quedarnos con los visitantes que repiten y que han disfrutado la experiencia.

Un día en una escuela de español. Cristina Sainz. ESCUELA GADIR

La principal función de una Escuela de Español es lograr que el tiempo de ocio que nuestros alumnos han elegido invertir con nosotros, sea una experiencia de aprendizaje lo más enriquecedora posible. No nos centramos solamente el aprendizaje de la lengua, vamos mucho más allá y pretendemos ofrecer al alumno una enseñanza mucho más amplia: la enseñanza de la cultura, usando la lengua como vehículo cultural.

La clave del éxito está en **ser un buen anfitrión** :-) cuidando a nuestros estudiantes, tanto dentro como fuera de la escuela.

La promoción del turismo idiográfico en Cádiz. M^a Jesús García Valdivia.

PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE CÁDIZ

Patronato lleva trabajando el turismo idiográfico desde 2004. Tiene editada una guía de escuelas de español en la provincia y colabora estrechamente con Turismo Andaluz y Turespaña para la promoción del destino en este segmento. En 2018 se seguirá asistiendo a ferias internacionales y se realizará una fuerte apuesta por los Famtrips, ya que son la manera más directa de llegar al cliente y conocer mejor las excelencias del destino. Las presentaciones en origen con workshops destinados a profesores de español son también un formato que se desarrolla desde el Patronato en materia de promoción del destino para este segmento. Otro canal interesante a trabajar son los programas de Erasmus, aprovechando la presencia de alumnos extranjeros en la provincia y la inversión digital que desde el Patronato se realiza en la web y en RRSS.