

UNIVERSIDAD DEL VALLE
DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias y Humanidades



**Caracterización y evaluación de la oferta de la Asociación
Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, Guatemala
y Propuesta de recomendaciones para fortalecer la Cadena de Valor
Turístico de la Asociación.**

Trabajo de graduación presentado por
María José Pérez Quintana
para optar al grado de
Licenciada en Ecoturismo.

Guatemala
2011

**Caracterización y evaluación de la Oferta de la Asociación
Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, Guatemala
y Propuesta de Recomendaciones para Fortalecer la Cadena de Valor
Turístico de la Asociación.**

UNIVERSIDAD DEL VALLE
DE GUATEMALA
Facultad de Ciencias y Humanidades

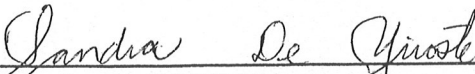


**Caracterización y evaluación de la oferta de la Asociación
Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, Guatemala
y Propuesta de recomendaciones para fortalecer la Cadena de Valor
Turístico de la Asociación.**

Trabajo de graduación presentado por
María José Pérez Quintana
para optar al grado de
Licenciada en Ecoturismo.

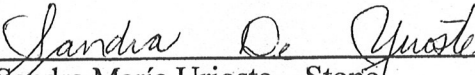
Guatemala
2011

Vo.Bo. Asesor Principal:

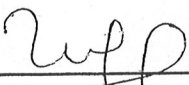


Doctora Sandra María Urioste - Stone


Terna Examinadora:



Doctora Sandra María Urioste - Stone



Licenciada Marcela Matamoros Sandoval



Licenciada Diana María Ramírez Motta

Fecha de aprobación: Guatemala, 06 de diciembre de 2011. ✓

PREFACIO

El trabajo presentado ha sido reto personal. Inició con el objetivo de generar información sobre Quetzaltenango; ciudad que a pesar de su importancia histórica y cultural no ha sido investigada en muchos aspectos, uno de ellos el turismo. He descubierto que existe una gran necesidad de generar información sobre los destinos de turismo no tradicionales, siendo este uno de los primeros esfuerzos que desencadenen una mayor cantidad de estudios que enriquezcan el conocimiento de futuras generaciones de investigadores. Agradezco a mis padres, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida y de mi formación profesional, por animarme a seguir adelante y ayudarme a convertirme en una mejor persona. Esto es para ustedes.

Así mismo, quiero agradecer a la junta directiva de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, por darme la oportunidad de realizar este proyecto, su respaldo y todo el apoyo y cariño que he recibido a lo largo de estos años. Ha sido un gusto trabajar con Ustedes, y espero que este documento les permita continuar trabajando por nuestra Xela.

Por último, doy mis más sinceros agradecimientos a mi equipo asesor, por todo su apoyo durante este proceso. A la Licenciada Marcela Matamoros, por haber aceptado apoyarme y dedicarme tiempo, por sus atenciones y consejos proporcionados. A la Doctora Sandra de Urioste, por su invaluable colaboración desde el inicio de este proyecto, por su estímulo y consejos durante la fase de investigación, ha sido un gusto trabajar con Usted. También agradezco a la Licenciada Diana Ramírez, por la inversión de tiempo en las correcciones del presente documento, el aporte de su experiencia en procesos de planificación y ayudarme a que esto sea posible.

ÍNDICE

	Página
Prefacio	v
Lista figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
II. Métodos	16
III. Resultados	25
IV. Discusión	52
V. Conclusiones	65
VI. Recomendaciones	68
VII. Literatura citada	70
VIII. Apéndices	74

LISTA DE FIGURAS

1. Ubicación de Quetzaltenango y municipios que conforman el Altiplano de Guatemala	16
2. Mapa de cadena de valor de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango	48

RESUMEN

El turismo ha ido especializándose con el paso del tiempo hacia un enfoque sostenible, buscando la rentabilidad económica, orientado hacia la protección del patrimonio cultural y natural de las áreas dónde se desarrolla. Esta nueva tendencia ha propiciado el interés de diversos sectores a nivel nacional a dirigir esfuerzos para desarrollar el turismo lingüístico. Dentro de este segmento surge en Guatemala la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango formada por ocho escuelas dedicadas a la enseñanza del idioma Español como segundo idioma, que se preocupan por brindar calidad en sus servicios y promover a Quetzaltenango como destino turístico. A pesar de que el turismo lingüístico funciona desde hace varios años en la Ciudad de Quetzaltenango, no existe información documentada que describa los factores que componen la oferta turística de las escuelas de español.

El presente trabajo de graduación constituye un primer esfuerzo para: caracterizar y evaluar la oferta que ofrece la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango. De igual forma, busca identificar los eslabones que forman parte de la cadena de valor de la Asociación para conocer de forma más amplia los servicios que se incluyen dentro de la oferta de escuelas de español de Quetzaltenango y en base a la información recolectada, presenta recomendaciones para fortalecer la cadena de valor de la Asociación, para unificar esfuerzos que les permitan ser más competitivos y lograr resultados positivos para el turismo de la localidad.

ABSTRACT

Tourism has specialized over time towards a sustainable approach, seeking profitability, and it is often observed that the areas where this activity is developed have an orientation towards protecting cultural and natural heritage. This new trend has prompted the interest of several small businesses in the country to develop language tourism. Within this segment, emerges the Quetzaltenango Spanish School Association, conformed by eight schools fully committed to teaching Spanish as a second language, while providing high quality services and promoting Quetzaltenango as a tourism destination. Despite language tourism being a growing industry in Quetzaltenango, there is no documented information that provides information about the components of the tourism Spanish Schools offer.

This work is a first effort to: describe and evaluate the services provided by ACEEQ, as well a to describe in detail the linkages that form their tourism value chain in order to establish their relationships and roles; based on this information a list of recommendations was generated that may help strengthen the Associations' value chain, lead them to work together to become more competitive, and to obtain positive benefits for the locality.

I. INTRODUCCIÓN

El turismo es la industria más grande del mundo (Wearing 1999). La Organización Mundial de Turismo (OMT) afirmaba que a finales del Siglo XX el turismo internacional constituiría la primera actividad económica en términos de ingresos mundiales (INGUAT 2003). A lo largo del tiempo ha ido adquiriendo gran importancia hasta convertirse en una de las actividades principales de varios países, sobre todo aquellos que poseen importantes testimonios culturales, paisajes, recursos geográficos y ecológicos, santuarios históricos y biológicos, entre otros (CONDESAN 1999).

Actualmente, las preferencias del turista han ido dando un vuelco hacia la búsqueda de experiencias que le permitan un contacto con el entorno natural y cultural (Lafont *et al* 2003). Esto ha generado una demanda por nuevos productos alternativos al de sol y playa. Dentro de estos se incluyen el ecoturismo, turismo de aventura, los orientados al patrimonio natural y cultural y el turismo con fines educativos, entre otros (Villar 2007). Dentro del turismo educativo, surge entonces el turismo lingüístico, conocido como:

«viajes que se realizan al extranjero para poner en práctica actividades relacionadas con el aprendizaje de la lengua» (Báralo 2006).

Gracias al sin fin de características culturales y su localización biogeográfica, Guatemala se ha posicionada a nivel mundial como un destino turístico de gran interés. A pesar de ser un país tradicionalmente agrícola, el turismo ha tomado un auge especial en los últimos tiempos, abriendo las puertas a un nuevo desarrollo (INGUAT 2003).

El turismo continúa siendo uno de los principales generadores de divisas en el país, según datos del Instituto Guatemalteco de Turismo durante el 2010 Guatemala reportó una cifra de 1, 875,777 de visitantes no residentes, que a su vez generaron US\$ 1,378.00 millones de dólares, mostrando un crecimiento de 5.6% comparado con el 2009 (INGUAT 2011).

Las nuevas tendencias en turismo, han despertado el interés de varias empresas e instituciones en Guatemala, para desarrollar entidades que se encarguen de la enseñanza del español como segundo idioma, con el objetivo de atraer un mayor número de turistas al país,

realizando proyectos de proyección social para beneficiar a grupos con necesidades específicas. En Guatemala, podemos encontrar escuelas de español en distintos lugares, como Sacatepéquez, Petén, Alta Verapaz, Huehuetenango y Quetzaltenango, entre otros.

Dentro de estas iniciativas, surge entonces la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango (ACEEQ) que agrupa ocho escuelas de gran reconocimiento a nivel Quezalteco. Estas escuelas buscan brindar servicios de calidad a sus estudiantes, garantizando el aprendizaje de la lengua mediante cursos intensivos de español y realizar esfuerzos de promoción de Quetzaltenango como destino turístico.

Todas las escuelas ofrecen programas de inmersión, que se complementan con actividades extracurriculares, charlas, opciones de voluntariado y alojamiento con familias locales para conocer más a fondo la forma de vida de los Quezaltecos. Sin embargo, debido al reciente aumento de escuelas de español en Quetzaltenango han decidido agruparse con el objetivo de ofrecer servicios que estén reconocidos tanto por el Ministerio de Educación como por el Instituto Guatemalteco de Turismo. Los miembros de la asociación trabajan para realizar esfuerzos de promoción en conjunto con el objetivo de abarcar un número mayor de clientes que se beneficien de los servicios ofrecidos por las escuelas que la conforman.

A pesar del trabajo en conjunto y de algunos esfuerzos de promoción de la asociación, aún se identifican vacíos que limitan la capacidad de diseñar estrategias de promoción tanto de las escuelas como empresas individuales como de la asociación. A la fecha no se cuenta con registros escritos acerca de la oferta o demanda para el segmento de turismo lingüístico de Quetzaltenango, lo cual provoca que las estrategias actuales de promoción no sean lo suficientemente efectivas para atraer al segmento mencionado anteriormente. Así mismo, durante algunas conversaciones sostenidas con la junta directiva de la ACEEQ pude identificar la necesidad de realizar una evaluación de su estructura basada en la cadena de valor para identificar nuevas oportunidades de provisión de servicios que no se incluyan y así mejorar los procesos internos a nivel organizacional.

Este trabajo de graduación presenta una caracterización y evaluación de la oferta que ofrecen las escuelas que conforman la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de

Quetzaltenango, y un análisis basado en el enfoque de cadena de valor, que fue realizado con los miembros de la Asociación, para conocer los eslabones que conforman la cadena de valor de la asociación, y así contar con información que permita orientar y fortalecer las actividades de promoción y generación de valor agregado por parte de los miembros de la Asociación.

A. Antecedentes

El turismo es la industria más grande del mundo; esta actividad genera más del 10% de todo el empleo y representa el 11% del Producto Interno Bruto Mundial. Se calcula que el valor total de los viajes del turismo aumentará a 1,600 millones para el año 2,020 (Denman 2001). El turismo se ha convertido entonces, en una importante fuerza económica y social en muchos países y regiones del mundo (Wearing y Wearing 2001).

Según datos oficiales de la Organización Mundial de Turismo (OMT), durante el 2010 Centro América registró un incremento de turistas del 4% con respecto al 2009 (OMT 2011). En Guatemala se reportó un crecimiento del 5.57% en comparación con el 2009, acumulando 1, 875,777 visitantes, demostrando que pese a los factores que afectaron al sector turismo a nivel mundial y local, el país resistió y tuvo resultados positivos (INGUAT 2010).

En muchos países en vías de desarrollo, el turismo se ha convertido en una plataforma central de sus estrategias nacionales. El turismo tiene un atractivo particular para los gobiernos debido a su potencial para atraer o proporcionar una alternativa a otras formas de desarrollo económico, mediante la generación de empleos, su habilidad de propiciar intercambios culturales y extranjeros, y su habilidad para fomentar el crecimiento regional (Goldfarb, 1989, en Wearing 1999).

Durante las últimas tres décadas, el turismo ha empezado a dar un vuelco hacia la sostenibilidad, ya que la calidad de los destinos tradicionalmente ofertados se ha visto afectada por las condiciones ambientales. Por esto el turismo sostenible debe ser la forma en la que se lleve a cabo cualquier iniciativa turística. Se entiende por turismo sostenible como

«aquella actividad turística que se mantiene en el tiempo, necesitando para ello obtener la máxima rentabilidad económica, pero protegiendo los patrimonios natural y cultural que lo sostienen, en beneficio de las generaciones presentes y futuras de un país, especialmente de las comunidades locales que poseen los recursos» (INGUAT 2003).

La Organización Mundial de Turismo (1993) define el turismo sostenible como: «Aquél que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida» (Vilches *et al* 2008).

Dentro del turismo sostenible existen diversas variantes dependiendo del segmento del mercado al que van dirigidas: ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo cultural, turismo responsable, entre otros. El turismo cultural se define como «Movimiento de personas por motivos culturales como viajes de estudio, a festivales u otros eventos artísticos, visitas a monumentos, viajes para estudios de la naturaleza, arte o folclor» (OMT 1985 en Toselli 2003).

Dentro de las ramas del Turismo Cultural, surge el Turismo Lingüístico que consiste en viajes realizados al extranjero para poner en práctica actividades relacionadas al aprendizaje de una lengua y constituye una nueva modalidad que cada vez tiene más demanda a nivel mundial (Baralo 2006).

Estudios recientes, señalan que el turismo lingüístico es un nicho del turismo que ha cobrado importancia en los últimos años. Los idiomas que dominan el mercado en la actualidad son, el inglés, francés y español, sin embargo en el futuro se espera que otros idiomas como el chino crezcan en popularidad (Richards 2008).

En el 2004 el reporte “Predicciones de la movilidad estudiantil a nivel internacional” del Concejo Británico indica que se espera que la demanda internacional para aprender idiomas en

las regiones anglosajonas crezca de 1 millón reportado en el 2003 hasta 2.6 millones en el 2020 (Richards 2008).

Las tendencias turísticas reflejan que la búsqueda de nuevas experiencias, es una razón que cada vez tiene más peso para escoger ciertos destinos o actividades. Por lo tanto, se puede observar que escuelas especializadas, y agencias de lenguaje ofrecen paquetes que incluyen una mezcla entre cursos y vacaciones (Fun Time 2007).

El crecimiento del turismo lingüístico ha estimulado a gobiernos alrededor del mundo a prestar más atención a este tipo de turismo. En España se introdujo una Política Nacional de Lengua en el 2002, debido al incremento de la demanda que crece aproximadamente de un 7 al 9% anualmente; un estudio presentado en el 2008 por la organización ALTO estima que el mercado español vale 225 millones de euros en términos de gasto directo de estudiantes por viajes de idiomas, el mismo estudio señala que el turista promedio que viaja a España a estudiar español como lengua extranjera gasta aproximadamente 1960 euros durante su estadía (Richards 2008).

En Australia, el total de personas enlistadas para aprender inglés, en el 2006 incrementó un 21% en comparación del 2005. En Estados Unidos, los reportes indican que durante el 2007 hubo un crecimiento del 7.8% en comparación con el 2006 del total de estudiantes interesados en aprender cursos intensivos de inglés (Richards 2008).

El turismo lingüístico tiene grandes ventajas en comparación con otros tipos de turismo tradicionales, ya que se distribuyen uniformemente a lo largo del año, evitando la estacionalidad; además debido a que la estancia de los turistas para aprender el idioma es generalmente más larga, el gasto promedio de cada visitante es más alto que el de un turista tradicional (Baralo 2006).

Desde hace algunos años, países como Inglaterra, Alemania y Francia ofrecen esta experiencia lingüística, económica y cultural, atrayendo a millones de personas alrededor del mundo. Esta tendencia se ha comenzado a implementar para generar recursos económicos de gran potencialidad en España y varios países de Latinoamérica, incluyendo Argentina, Perú, Costa

Rica, México y Guatemala (Baralo 2007).

Es difícil precisar cuántas lenguas existen en el mundo, a comienzos de los años 90 se sugería que el número de lenguas habladas en el mundo era aproximadamente 5000. En la actualidad se tiene conocimiento de 6912 lenguas, incluyendo dialectos. La extensa variedad de idiomas que existen en el mundo, demuestra la flexibilidad de la mente humana, sin embargo, es imposible cuantificar con exactitud la riqueza lingüística de nuestro planeta (Isisarri 2010). Dentro de los tres idiomas más hablados en el mundo de acuerdo al número de hablantes, se encuentran el mandarín utilizado por más de 1200 millones de personas, le sigue el español hablado por aproximadamente 429 millones de personas, en tercer lugar se coloca el inglés que tiene unos 428 millones de hablantes (Lewis 2009).

El español se ha convertido en la segunda lengua más estudiada del planeta, es el puente de comunicación entre los 21 países donde es lengua oficial (García y Molina 2007). En la Unión Europea el número de estudiantes crece a todo nivel; en Estados Unidos se hace necesario hablar español para atender a la creciente población hispanohablante y en países como China o Rusia el español empieza a ser una alternativa a otros idiomas tradicionalmente estudiados (Cabrera 2006).

El español es importante como recurso económico debido a las actividades relacionadas a su aprendizaje como lengua extranjera (Aranda y Molina 2007). El futuro que se espera para el español en el continente americano es prospero, cada vez crece el número de hispanohablantes en Estados Unidos. Según estimaciones de la UNESCO, para el 2050, el 25% de la población estadounidense hablará español, su enseñanza ha sido insertada en el plan de estudios de muchos lugares, y esto ha permitido que cobre mayor fuerza, además de mantener vivo el idioma (Herranz 2006).

Actualmente existen más de 14 millones de estudiantes de español en el mundo, de los cuales seis millones se ubican en Estados Unidos, dos millones provienen de Francia y un millón en Reino Unido. La lengua española continua su expansión en el extranjero, gracias a la acción de organismos como el Instituto Cervantes, en España que desde 1991 ha realizado esfuerzos por expandir el idioma a todos los rincones del planeta (Gallardo 2008).

En muchas regiones de España, las actividades vinculadas al aprendizaje de español por extranjeros han sido desarrolladas por instituciones relacionadas a universidades. Muchas regiones poseen numerosos recursos (naturales y culturales) y la cantidad de turistas que reciben crece notablemente cada año (Aranda y Molina 2007).

Según estimaciones de la Federación de Escuelas de Lengua Española (FEDELE), en el 2007 España recibió 462.5 millones de euros gracias a los estudiantes que viajaron a estudiar español. Los datos reflejan que cada persona gasta aproximadamente 1,950 euros entre alojamiento, cursos, manutención y ocio. La mayoría de escuelas se encuentran ubicadas en Madrid, Salamanca, Sevilla, Cádiz, Granada, Málaga, Valencia, Barcelona y Alicante. La mayoría de estudiantes que visitan dichos lugares provienen de distintos países tales como, Alemania, Estados Unidos, Francia, Italia y Gran Bretaña (Fedele 2008).

En los últimos años, el interés por aprender español crece en el mundo, y España ha dejado de ser el único destino para hacerlo. Países como Argentina han aprovechado su condición hispanohablante para vender la enseñanza de dicho idioma. De esta forma la oferta de cursos ha aumentado en otros países latinoamericanos (Sciarrotta 2005).

Según información del Instituto Guatemalteco de Turismo (2009) Guatemala se ha convertido en un lugar ideal para el aprendizaje de español. Estudiantes de escuelas secundarias, universidades, representantes de gobierno Extranjero y otras entidades se sienten cada vez mas atraídas por el español hablado en Guatemala y el ambiente en el que se aprende. El español en Guatemala se entiende fácilmente y existen distintas localidades para aprenderlo (INGUAT 2009).

El departamento de estadística de la misma institución señaló que para el 2007 se registraron 108 escuelas de español en todo el país, en los departamentos de Sacatepéquez, Quetzaltenango, Sololá, Alta Verapaz, Petén, Huehuetenango y Guatemala. La mayoría de escuelas se concentran en los tres primeros departamentos mencionados anteriormente.

Al igual que en otros países de habla hispana, en Guatemala, la mayoría de escuelas de español ofrecen programas semanales (entre cinco y siete horas diarias) de enseñanza

personalizada (uno a uno) con maestros profesionales; la mayoría de las escuelas garantizan que el estudiante inicia a desarrollar sus habilidades conversacionales desde el primer día de estudio. Muchas escuelas complementan sus métodos de enseñanza con actividades extracurriculares, tales como charlas relacionadas con Guatemala, películas, visitas a cooperativas locales en la compañía de un guía o maestro de la escuela, entre otros.

Algunas escuelas incluyen dentro de sus precios servicios de acomodación con familias locales, que proporcionan al estudiante una inmersión en la cultura de Guatemala. La mayoría ofrece también la oportunidad de realizar trabajo de voluntariado, mediante el cual se apoyan distintos proyectos de desarrollo social en distintos lugares dependiendo la región en la que estén ubicadas. Muchos estudiantes se muestran interesados en este tipo de actividades, debido a que pueden combinar el aprendizaje con la proyección social.

La calidad de los servicios del turismo idiomático puede mejorar si se realizan estudios de observación y de diagnóstico sobre las creencias, preferencias y actitudes de los posibles consumidores de turismo lingüístico en distintos países. Estos estudios aportan gran cantidad y calidad de información a las empresas que pretendan diseñar o innovar productos atractivos. El destinatario podrá sentirse atraído por la cantidad de atributos, lugares y temas culturales de las regiones y por los distintos valores añadidos al aprendizaje de la lengua (Baralo 2006).

Es importante que las investigaciones se dirijan al estudio de creencias y preferencias de consumidores actuales y potenciales de los productos asociados con el aprendizaje de la lengua así como los valores añadidos al mismo. El resultado de estudios mediante entrevistas y encuestas puede culminar en el diseño de productos innovadores en la oferta de destinos que ofrecen cursos de español orientados a públicos de diferentes edades y gustos (Baralo 2007).

Al relacionar las características de la demanda turística para destinos urbanos, será posible caracterizarla de una forma más efectiva y desarrollar estrategias para afianzar a los clientes actuales y potenciales. Existen muchos factores que influyen en la relación entre la oferta y demanda turística, para que un buen mercado funcione es necesario identificar, comprender y buscar soluciones para estos factores, de esta manera el desarrollo turístico se dará de manera económicamente sostenible (Gándara 2005).

La demanda turística es cada vez más amplia y diversificada debido a que las perspectivas del turista se amplían cada vez más. A menudo las empresas prestadoras de servicios turísticos, encuentran dificultades para gestionar sus negocios de forma efectiva, dependiendo únicamente de la demanda espontánea, ofreciendo sus productos a precios reducidos obteniendo una baja rentabilidad (Altés 2006). En la actualidad, uno de los temas más comunes dentro del ámbito del turismo se refiere a los problemas que enfrentan los destinos y empresas turísticas para ser competitivos (Sectur 2001).

La competitividad de los países depende de la capacidad de las industrias para mejorar la calidad de sus servicios y productos frente a sus competidores y la demanda. En turismo no existe un país competitivo, sin embargo existen países que poseen productos competitivos. Indudablemente, el turismo es un sector con alto potencial para generar riqueza e incrementar beneficios que permitan combatir la pobreza, fomentar el desarrollo regional y dinamizar el sector de trabajo; para esto necesita aprender a ser competitivo, innovando y mejorando la calidad de los productos (Sectur 2001).

Las empresas involucradas dentro del sector turístico contribuyen a aumentar el valor global de un producto; por lo tanto el valor de un producto se crea a partir de la mezcla de distintas actividades, que a su vez generan sinergia. A este conjunto de actividades interrelacionadas que añaden valor a la experiencia turística se le llama cadena o sistema de valor (Flores 2008).

Una cadena de valor se define como: «una descripción de toda la gama de actividades que se requieren para desarrollar un producto o servicio desde su concepción, las distintas fases de producción, la entrega del producto a sus consumidores finales y su disposición luego de haber sido utilizado» (Kaplinsky y Morris 2001).

Las cadenas de valor incorporan un rango de actividades y servicios necesarios para llevar un producto desde su concepción hasta la venta final (USAID 2006). Incluye a los proveedores de bienes y servicios que estén o no contratados por los turoperadores o sus agentes. La cadena de valor incluye muchos componentes, como acomodación, transporte, excursiones, bares, restaurantes y la infraestructura que apoya a los destinos turísticos (Tapper y Font 2006).

Actualmente, las cadenas de valor fomentan la participación de micro, pequeñas y medianas empresas para alcanzar el crecimiento integrado de la economía de un país; permitiendo que la distribución de los beneficios sea de forma equitativa y esté orientada hacia varios sectores sociales y productivos (Aja *et al.* 2009).

El enfoque de cadena de valor evalúa a las empresas clave de una industria para analizar la relación entre estas empresas y los factores que afectan su desarrollo dentro de la industria. El análisis identifica formas para alcanzar mejores niveles de competitividad mediante la combinación de tres estrategias: producir y entregar bienes y servicios más eficientes; diferenciar los productos o servicios mediante estándares de calidad y “*branding*”; y explotar la nueva demanda del mercado (Fries *et al.*, 2006).

El concepto de cadena de valor fue acuñado en 1985 por Michael Porter; así mismo señala que el análisis de la cadena de valor describe las actividades desempeñadas dentro y alrededor de una organización, relacionándolas a un análisis de las fortalezas competitivas de la misma. Dicha idea se basa en el supuesto de que una organización es más que una recopilación aleatoria de maquinaria, equipo, personal y capital. Porter señala, que al ordenar de forma sistemática dichos componentes, será posible producir algo que los clientes estén dispuestos a pagar; afirma que la capacidad de manejar los vínculos entre dichas actividades y sus vínculos es una fuente de ventaja competitiva (Recklies 2001). El trabajo de Porter señala, que las empresas generan valor para sus compradores, mediante la implementación de actividades básicas y de apoyo. Las actividades básicas están directamente relacionadas con la creación o entrega de un producto o servicio; éstas a su vez se agrupan en cinco áreas principales: logística de entrada, operaciones, logística de salida, mercadeo y servicio al cliente. Cada área se asocia a las actividades de apoyo que les apoyan a mejorar su efectividad. Existen cuatro áreas de actividades de apoyo: desarrollo de tecnologías, administración de recursos humanos e infraestructura (Recklies 2001).

Además de representar la secuencia de procesos productivos, las cadenas de valor pueden servir como una herramienta que describa las relaciones entre una serie de actividades, prestadores de servicios, clientes, instituciones de apoyo y cadenas de suministro; conceptualizarse como un mecanismo que vincule y coordine el suministro de insumos dentro y

fuera de la cadena, y considerarse como un modelo que describa la forma en que los factores de producción pueden combinarse para acceder exitosamente al mercado (ODI 2007).

La mayoría de estudios asociados al análisis de cadena de valor se enfocan en cadenas productivas que incluyen productos agrícolas o grupos industriales. El turismo es un servicio, debido a que los servicios no pueden ser almacenados, la producción y el consumo del turismo es simultáneo y se desarrolla en el destino turístico (ODI 2007). Cuando se trabaja con empresas turísticas es necesario analizar toda la cadena del sector, para identificar actividades en las cuales una empresa posee características distintivas que les permitan sustentar en ellas la ventaja competitiva. Al entender el valor que crea una empresa turística, permite comprender el papel que cada agente o actividad juega dentro de la industria, así mismo ayuda a comprender cómo las empresas o actividades pueden crear un valor, y cuál debe ser el grado de cooperación entre las distintas unidades que componen un destino turístico (Flores 2008).

Poon (1993 en Flores 2008) realiza una aplicación de la cadena de valor al sector turístico, mencionando que la formación de productos o experiencias turísticas puede ser más flexible; sin embargo al igual, que Porter, identifica las siguientes actividades primarias y secundarias:

- Actividades primarias: generan valor a la experiencia turística al entrar en contacto con el consumidor, convirtiéndose en actividades imprescindibles en la experiencia turística. Entre ellas señala: transporte, servicios disponibles en destinos turísticos, disponibilidad de paquetes turísticos, promoción de destinos y servicio al cliente.
- Actividades de apoyo: dentro de ellas menciona la infraestructura que muchas veces es el lugar donde la mayoría de actividades se desarrollan y puede generar ventajas competitivas; recursos humanos; desarrollo de productos o servicios; desarrollo de sistemas tecnológicos y de información y el aprovisionamiento.

El sector turístico cuenta con una cadena de valor que se compone a su vez de las cadenas de valor de cada empresa o destino que opera dentro del sector. Por esta razón es necesario mejorar los nexos entre distintas cadenas para obtener una ventaja competitiva, una de las principales herramientas suele ser la alianza estratégica. La mayoría de empresas que opera en el

sector, cuentan con funciones o actividades comunes, y pueden decidir si las mismas se pueden desempeñar de forma conjunta o separada, incluso se recomienda que incluso las empresas que compiten por un servicio puedan y deben compartir sus actividades teniendo un mismo proveedor de servicios. El análisis de la cadena de valor de un sector permite reflejar que las ventajas competitivas se forman a partir de la formación de recurso humano y gestión de la información, así mismo se recomienda que se fomente la participación y colaboración entre empresa que se localizan en un mismo destino (Flores 2008).

Existen métodos de evaluación rápida que se enfocan en el desarrollo local y, permiten generar resultados que se basan en la participación activa de varios actores, que a diferencia de los métodos utilizados comúnmente, permiten desarrollar una serie de lineamientos que permiten a los tomadores de decisiones formular una visión compartida que les apoye a guiar sus emprendimientos. El Diagnóstico Participativo de la Ventaja Competitiva o PACA es un método de diagnóstico de la economía local que:

«apoya a los actores locales en la formulación de actividades concretas para impulsar el potencial local e identificar ventajas que pueden ser útiles en la atracción de inversionistas extranjeros, su propósito principal consiste en lograr un diagnóstico de ventajas y desventajas competitivas y propuestas para actividades prácticas en una localidad dada en una o dos semanas, basada en el trabajo en equipo» (Mesopartner 2003).

PACA hace hincapié en la participación de actores locales y en la evaluación de la motivación, capacidad y visión de los líderes locales compartiendo la perspectiva de Michael Porter que menciona que las ventajas competitivas se crean; una ventaja competitiva surge de la habilidad de un negocio o empresa para afianzarse e incrementar su posición favorable dentro del mercado. Este enfoque se distingue de otros enfoques de desarrollo local, tales como planificación estratégica, que generalmente se concibe como una actividad que demanda bastantes recursos y se realiza en un período largo de tiempo; reduciendo el espacio para aplicarla y ponerla en marcha (Mesopartner 2003).

La Organización Internacional del Trabajo desarrolló un enfoque llamado Desarrollo de la Cadena de Valor Local para estudiar un sector específico y su integración en otros mercados, el

resultado de este enfoque es un análisis de cadena de valor que identifique oportunidades y limitaciones del sector en particular y su integración al mercado. Este enfoque utiliza un componente participativo que se combina con investigación detallada e incluye recomendaciones de cómo la competitividad del sector local puede incrementarse mediante la aplicación del concepto de la cadena de valor. Sus objetivos son promover la integración de las empresas a una cadena de valor en particular y fomentar la cooperación y coordinación entre los integrantes de la misma (OIT 2007). Este enfoque se desarrolla en base a la metodología propuesta por el ejercicio PACA, pero las adaptaciones realizadas para estudiar un sector específico, permite presentar un análisis más profundo y proponer resultados estratégicos que se alcanzaran mediante la competitividad y penetración nuevos mercados.

B. Justificación

Mientras se conozca acerca de los deseos, creencias y preferencias de los consumidores, será más fácil lograr la eficacia de los empresarios en desarrollar propuestas motivadoras y vendibles (Baralo 2007). Dicha información permite y motiva a las empresas a buscar la competitividad mediante la inversión y desarrollo de productos que fortalezcan el destino turístico (Lloret et. Al 2007). Al basar las estrategias de mercadeo en las necesidades e intereses de los clientes se incrementa la calidad y el valor de lo que se ofrece, se añaden atributos al producto que juntos logran un desarrollo integral que agrega valor al destino (Machado y Hernández 2007).

Durante los últimos años, el sector turístico se ha visto afectado por múltiples cambios, los cuales suponen un proceso de innovación tecnológica de producto o servicio. Algunas han surgido de las necesidades de las empresas, debido al beneficio que representan dichas innovaciones y otras surgen del cliente que las demanda. Sin importar cual sea el caso, estas ideas marcan una línea que ha sido adoptada por muchas empresas turísticas (Antón 2002).

Estos nuevos retos hacen necesario que las empresas posean estructuras organizativas flexibles, que les permitan enfrentarse y adaptarse a las demandas cambiantes del sector turismo. El futuro de las estructuras debe partir del análisis de la cadena de valor tanto de la empresa,

como del cliente y del provecho que se obtenga de conocer las necesidades de los últimos (Antón 2002).

El enfoque de cadena de valor ha sido utilizado durante muchos años en distintos ámbitos. El análisis profundo de los fundamentos del valor agregado comercial señalan que mediante la realización de actividades las empresas generan un valor para sus compradores, que a su vez se refleja en el precio que están dispuestos a pagar por el producto o servicio (Lozano 2005).

La presente propuesta de proyecto busca caracterizar y evaluar la oferta de los productos ofrecidos por la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, ya que a la fecha no se cuentan con registros escritos relacionados a este tema. Debido a que la mayor parte de la oferta turística de la Ciudad de Quetzaltenango gira en torno a la demanda de estudios de español como lengua extranjera, es necesario documentar y generar información que se utilice para orientar esfuerzos de promoción por parte de los miembros de la asociación y que sirva de referencia para investigaciones a futuro.

Se considera necesario desarrollar un mapeo de la cadena de valor de la Asociación para identificar los componentes que la conforman, conocer el rol de cada eslabón, identificar nuevas oportunidades de provisión de servicios que no se incluyen en la actualidad y dar a conocer la importancia de la cooperación de los miembros de la cadena para satisfacer las necesidades del consumidor final. Dicho análisis permitirá que las escuelas que conforman la asociación, cuenten con información útil que les permita priorizar alianzas con otros proveedores de la cadena, generando así un valor agregado en los servicios que ofrecen.

C. Objetivos

- **General.** Caracterizar y evaluar la Oferta Turística de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango y realizar, en conjunto con la asociación, el mapeo de la cadena de valor que conforma a la Asociación.

- **Específicos**
 - Caracterizar la oferta de las escuelas pertenecientes a la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango y los servicios complementarios que ofrecen.
 - Evaluar la oferta y servicios proporcionados por la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, en base a las opiniones de los estudiantes que han asistido a los centros de estudios.
 - Realizar el mapeo de la cadena de valor de la Asociación de Escuelas de Español en Quetzaltenango.
 - Desarrollar una serie de recomendaciones que permitan fortalecer las actividades de la asociación y las escuelas que la conforman.

II. MÉTODOS

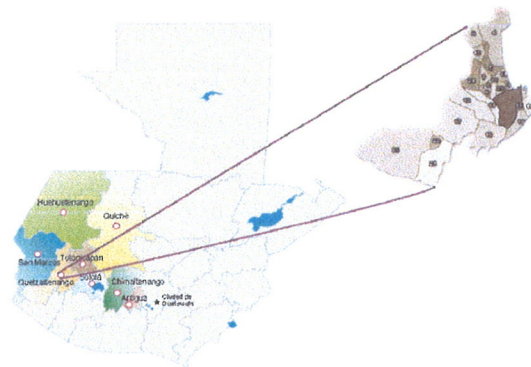
A. Descripción de la investigación y área de estudio

El trabajo de graduación consistió en la caracterización, evaluación de la oferta y mapeo de la cadena de valor de las escuelas que conforman la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, en el municipio y departamento de Quetzaltenango (ver figura No.2). Para esto realicé una investigación en internet sobre los servicios ofrecidos por las escuelas de la asociación; de esta manera pude identificar los elementos que conforman la oferta de las mismas.

Luego se llevó a cabo entrevistas estructuradas a 20 estudiantes extranjeros que visitaron siete de las ocho escuelas de la Asociación, para realizar una evaluación rápida de la opinión de los estudiantes en cuánto a los servicios ofrecidos por los centros de estudio. Por último realicé 1 taller para identificar la cadena de valor de la asociación, al cual asistieron representantes de cada escuela. La información obtenida facilitó la elaboración de un documento con acciones priorizadas a desarrollar por los miembros de la asociación.

Figura 1.

Localización del municipio de Quetzaltenango, Departamento de Quetzaltenango.
(Véase lado derecho, marca café oscuro).



Fuente: Counterpart International 2009 y MICUDE 2010

1. El Municipio de Quetzaltenango. El Municipio de Quetzaltenango es la cabecera del departamento que lleva el mismo nombre, conocido también como “Xela o Xelajú”. Tiene una extensión territorial de 120 kilómetros cuadrados, y posee un clima tan variado como su configuración geográfica, cuyas alturas oscilan entre 350 y 2,800 metros sobre el nivel del mar (Infopressca 2003). Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística para el 2009, la población de Quetzaltenango asciende a un total de 145,637 habitantes, de ellos 48% son hombres y 52% mujeres; el 49% de la población pertenece a la comunidad K’iche y el 50.1% a la población no indígena (SEGEPLAN 2010).

Históricamente, el municipio de Quetzaltenango ha sido la segunda ciudad de mayor importancia a nivel nacional, después de la Ciudad de Guatemala. Por ser cabecera departamental presenta una dinámica importante en educación, salud, organización y participación ciudadana. En la ciudad de Quetzaltenango se realiza la mayor actividad comercial de la región, gracias a su ubicación estratégica e infraestructura necesaria para mantener conectividad con los municipios vecinos. En el ámbito productivo se destaca la producción agropecuaria, dedicada principalmente a producción de granos básicos; producción industrial, que incluye servicios de procesamiento de pieles, fabricación de derivados de harina de trigo; producción de artesanías, confección de cortes típicos y la industria de fabricación de bebidas (Consulado de México 2008).

En los últimos años, la proliferación de negocios relacionados al turismo ha crecido debido al incremento de visitantes en la ciudad. La mayoría de turistas que visitan Quetzaltenango lo hacen con el objetivo de aprender Español en una de las cuarenta escuelas de español (no todas ellas están inscritas en el INGUAT). Algunos turistas alargan su estadía para participar en actividades de voluntariado en programas de desarrollo social que promueven las escuelas, o bien con organizaciones locales que dependen de voluntarios para realizar sus proyectos (Willet 2007).

Desde Quetzaltenango es posible explorar otros lugares de Guatemala, tales como el Lago de Atitlán, Quiché, Antigua Guatemala, entre otros. Muchos turistas realizan viajes de un día a varios pueblos indígenas de la región, para visitar los mercados locales, sitios religiosos, comprar recuerdos y aprender acerca de la cultura e historia local. Actualmente Quetzaltenango se

promueve como un destino clave para el aprendizaje del español, convirtiéndose además en un lugar clave para organizar viajes más largos por Guatemala.

En la ciudad de Quetzaltenango existen siete operadores de turismo ofrecen itinerarios que permiten a los turistas viajar a los lugares más alejados con el objetivo de experimentar turismo de aventura, étnico y ecoturismo, entre otros. Una de las actividades más populares son las caminatas que inician en Quetzaltenango y finalizan en áreas de Quiché o el Lago de Atitlán (Willet 2007).

2. Surgimiento de escuelas de Español en Quetzaltenango. Se ha establecido que una de las primeras escuelas de español en Guatemala fue el “Proyecto Lingüístico Francisco Marroquín” que inició labores en Antigua Guatemala a finales de los años 60’s y se extendió hacia los municipios de Huehuetenango y Quetzaltenango en 1974 (Román 2008). Las primeras escuelas fundadas en Quetzaltenango surgen en 1976; “International Language School”, “Escuela Kin” y las escuelas “Sab” y “Mayab”. En 1978 se establece una escuela llamada “English Club” con el propósito de enseñar el inglés, pero posteriormente se dedica a la enseñanza del español para voluntarios de la organización Cuerpo de Paz (Román 2008).

Durante los años 70’s, se observa un auge de las escuelas de español. Lamentablemente el conflicto armado interno provocó un descenso notorio del turismo a nivel nacional, por lo que la mayoría de instituciones se vieron en la obligación de cerrar sus puertas en la década de 1980. Después de la promulgación de la actual Constitución Política de Guatemala en 1985, muchos extranjeros que viajaban al país, para estudiar español y que preferían establecerse en la ciudad de Guatemala o Antigua empezaron a viajar hacia el interior del país, fomentando la reapertura de Escuelas de Español en Quetzaltenango (Román 2008).

A inicios de los años 90’s, se observa un resurgimiento de varias escuelas de español. Muchas siguen laborando hasta la fecha, otras han cambiado de administración, nombre comercial o ubicación (Román 2008).

En la actualidad existen 28 escuelas de español reconocidas por el Ministerio de Educación y el Instituto Guatemalteco de Turismo. Algunas de ellas han decidido asociarse y realizar

esfuerzos de promoción en conjunto, formando así la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango.

La Asociación Coordinadora de Escuelas Español (ACEEQ), fue fundada en 1997 con el objetivo de fortalecer, mejorar y garantizar la calidad de la enseñanza del español como segundo idioma en Quetzaltenango, Guatemala. Su visión consiste en lograr que las escuelas asociadas se conviertan en empresas líderes a nivel nacional e internacional (ACEEQ 2009). Uno de los objetivos principales de la asociación es promocionarse y promocionar a sus miembros a nivel internacional, ofreciendo servicios a empresas, centros de salud y otras instituciones o individuos conscientes de la importancia actual de aprender otros idiomas (ACEEQ 2009).

Las escuelas que integran la asociación son: 1) Centro Bilingüe Amerindia, 2) Juan Sisay Spanish School, 3) Kie Balam Spanish School, 4) La Democracia Spanish School 5) Miguel Ángel Asturias Spanish School, 6) Minerva Language and Cultural Center 7) Sakribal Spanish School y, 8) Ulew Tinimit Spanish School. Ubicadas en las zonas 1 y 3 de la ciudad de Quetzaltenango; todas están debidamente reconocidas y autorizadas por el Ministerio de Educación, el Instituto Guatemalteco de Turismo y la Municipalidad de Quetzaltenango. Así mismo, la asociación trabaja en coordinación con otras instituciones como el Instituto Técnico de Capacitación (INTECAP) y el instituto de maestros de enseñanza media de la Universidad de San Carlos para promover el aprendizaje constante de los maestros que cuentan con grados de educación profesional y continúan capacitándose para brindar servicios de calidad (ACEEQ 2009).

Las ocho escuelas que conforman la asociación unieron esfuerzos para promocionarse en conjunto, y así atraer a grupos mayores de turistas. Cada escuela ofrece programas de inmersión total que se adaptan a las necesidades específicas de sus estudiantes. Los cursos pueden impartirse de acuerdo a conocimientos específicos que busquen sus alumnos, dependiendo del campo en el cual desean desempeñarse (*Com. pers.* Hugo Rosales, vicepresidente ACEEQ).

Todas las escuelas ofrecen, dentro de los programas de inmersión, la opción de alojamiento con familias locales de Quetzaltenango. Esto permite que los estudiantes practiquen las habilidades aprendidas durante el día y conozcan a profundidad la gastronomía y cultura de la

región. Cada escuela apoya individualmente distintos proyectos de desarrollo, en los cuales existe la posibilidad de que los estudiantes se desempeñen dependiendo de las áreas de interés. Algunos de los temas que apoyan son: educación, salud, medio ambiente, equidad de género y comercialización de productos no tradicionales, entre otros (*Com. pers.* Hugo Rosales, vicepresidente *ACEEQ*).

B. Método de trabajo.

Se llevó a cabo una caracterización de la oferta, mediante investigación en internet y otros medios sobre los servicios que ofrecen las escuelas miembros de la ACEEQ. Toda la información fue contenida en una matriz descriptiva que permitió analizar la oferta a nivel de la asociación. Con base a dicha información, se elaboran nueve hojas informativas sobre los servicios que se ofrecen por parte de la Asociación, así como una hoja informativa de las 8 escuelas que la conforman. Luego se encuesta a 20 estudiantes por medio de una entrevista quienes están inscritos en escuelas de la Asociación, para conocer su opinión sobre la calidad de los servicios incluidos dentro de la oferta de las escuelas. Finalmente, se lleva a cabo un taller participativo con los miembros de la ACEEQ definir su cadena de valor. Con la información obtenida a lo largo de la investigación, se elabora un documento con acciones prioritarias y recomendaciones que podrán ser implementadas a corto y mediano plazo, para fortalecer y orientar los esfuerzos de la Asociación.

1. Caracterización de la oferta de ACEEQ. Para caracterizar la oferta de las escuelas que conforman la Asociación Coordinadora de Escuelas de español de Quetzaltenango, realicé una investigación en internet y medios escritos sobre los servicios y componentes que cada escuela de la asociación ofrece, tales como: programas, actividades adicionales, servicios complementarios, medios de promoción, etc. De igual manera utilicé el método de observación participante, que permite al investigador conocer más a fondo al grupo de estudio, involucrándose y participando en su campo de actividades (Livesey 2003). Este método me permitió conocer a profundidad aspectos de la Asociación, que utilicé como complemento para recabar la información que presento en las siguientes paginas. La información investigada fue estructurada en fichas de evaluación (apéndice 1) que fueron previamente validadas con el

representante de cada centro de estudios en una reunión individual. Luego plasmé la información en un cuadro comparativo que me permitió analizar y contraponer los servicios ofrecidos de cada escuela (apéndice 2). Este proceso me permitió contar con datos actualizados para realizar el análisis de la oferta de las escuelas de la Asociación, el cual presento en la sección de resultados. Con la información obtenida elaboré nueve hojas informativas en inglés que describen los servicios principales de cada centro de estudios y de la Asociación en general (apéndice 3).

2. Evaluación de la oferta de ACEEQ. Según Patton (2002) los métodos de muestreo cualitativos suelen enfocarse en muestras relativamente pequeñas seleccionadas a propósito. La lógica y efectividad de este método yace en la selección de casos ricos en información para ser estudiados a profundidad; estos casos permiten al investigador conocer a fondo aspectos de importancia para el estudio. Para la realización del presente estudio, seleccioné el método de muestreo por criterio, que consiste en revisar y estudiar los casos que cumplen con criterios predeterminados; el criterio que seleccioné fue que los estudiantes tuvieran al menos una estadía de tres semanas en Guatemala, para poder evaluar la calidad de los servicios. Su objetivo es asegurarse de estudiar casos que proporcionen información valiosa pues pueden revelar debilidades de un sistema que puedan convertirse en oportunidades para mejorarlo. Bernard (2006) menciona que existen distintos métodos de entrevista que se adecúan a los diferentes tipos de investigación; el uso de la entrevista semi estructurada es ideal para casos en los que el investigador solo tendrá una oportunidad de entrevistar a un individuo. Se basa en un formato de entrevista que consta de temas o preguntas que se deben cubrir en un orden particular. Realicé 20 entrevistas semi estructuradas a estudiantes que asistieron a siete escuelas que forman parte de la Asociación, durante los meses de marzo y abril de 2011, con base a un formulario con preguntas abiertas y cerradas (Ver apéndice 3). Las entrevistas se programaron de acuerdo a la afluencia de estudiantes de cada escuela.

Al inicio del formulario de entrevista, describí el objetivo de la investigación, identidad de la investigadora y un compromiso de mantener la confidencialidad de la información solicitada. En la primera sección del formulario solicité información básica como edad, sexo y estado civil del entrevistado. Esta información permitió identificar las características del perfil del turista que visitó las Escuelas de Español durante el tiempo de elaboración del estudio. Incluí una sección abierta que me permitió conocer los factores que influyen en la selección de Quetzaltenango y el

Centro de Estudios como destino para aprender español, tiempo de estadía promedio, monto aproximado de gastos en servicios adicionales y la opinión de cada estudiante sobre la calidad de los servicios proporcionados por las escuelas de la ACEEQ. Previo a realizar una prueba piloto, envié el formulario a las asesoras de mi investigación para obtener retroalimentación sobre la coherencia, utilidad de las preguntas y otras sugerencias; la validación final de la encuesta fue realizada con la coordinadora de reservaciones de una de las escuelas de la ACEEQ, que a su vez realizó estudios de español en la misma. Todas las entrevistas fueron documentadas en un formato de entrevista y una grabadora para contar con un respaldo en caso fuera necesario revisar información adicional.

Realicé una transcripción de todas las entrevistas, lo cual me permitió analizar individualmente cada sección de los formularios. Los datos contenidos en la primera sección del formulario fueron tabulados para poder analizar e interpretar la información de manera gráfica. Utilicé el método de codificación abierta para analizar la sección de preguntas abiertas del formulario, que según Creswell (2008) permite al investigador examinar el texto para establecer categorías relevantes, mediante la comparación constante de la información y formular conceptos.

3. Mapeo de la Cadena de Valor de ACEEQ. La tercera fase de investigación consistió en realizar un taller participativo con el director de cada Escuela de Español miembro de la ACEEQ con el objetivo de identificar los elementos que componen la cadena de valor de dicha Asociación. Seleccioné a los participantes mediante el método de muestreo homogéneo, sugerido por Patton (2002) que permite analizar un subgrupo en particular y discutir asuntos de interés para el mismo. Luego de haber investigado distintos métodos para analizar la cadena de valor, decidí combinar dos metodologías que me permitieron identificar los eslabones que la conforman. El taller se realizó el 11 de mayo de 2011 en la Ciudad de Quetzaltenango, y se dividió en dos fases, la primera consistió en una presentación sobre cadenas de valor y competitividad, seguida por un ejercicio en el cuál solicité a los participantes elaborar individualmente un listado de las actividades principales y de apoyo que componen la cadena de valor de sus escuelas.

La segunda fase del taller consistió en el mapeo de la cadena de valor de la Asociación, para lo cual utilicé el método “Mesocard” de la primera fase de la metodología propuesta por el

Ejercicio PACA, cuyo formato consiste en proponer un tema (escrito en una tarjeta) que se coloca en un lugar visible a los participantes, quienes a su vez deben proporcionar sus respuestas en tarjetas que se colocan bajo el tema inicial (Mesocard 2009). Seguí los lineamientos recomendados por la guía Desarrollo de la Cadena de Valor Local, para el mapeo de cadenas de valor que pueden integrarse a planes de acción (OIT 2007).

A continuación se describen los pasos seguidos durante el taller:

- Los participantes nombraron el producto final adquirido por los consumidores principales (clases de español), el cual fue escrito en una tarjeta y colocado sobre una pared a la vista de todos los participantes.
- Luego solicité a los participantes que enumeraran, en tarjetas, todas las actividades y servicios requeridos por el turista, a partir del momento en que inicia la planificación de su viaje hasta llegar a su destino final, en este caso Quetzaltenango. Esto nos permitió dividir la cadena de valor en tres niveles (mercado emisor, nacional y local) identificando los eslabones y proveedores de servicios involucrados en cada segmento.
- Las tarjetas fueron colocadas en tres columnas que se titulaban: País de origen, Llegada a Guatemala y en Quetzaltenango, según la localización de los servicios y necesidades del turista que los participantes mencionaron. La última columna estaba dividida en dos subsegmentos titulados: dentro de la Escuela y fuera de la Escuela, donde se colocaron las tarjetas de las actividades y servicios que requieren los turistas por parte de las escuelas y las que requieren de otras empresas en la ciudad.
- Al finalizar, los participantes leyeron en orden las tarjetas y nombraron los eslabones que describían la cadena de valor de la asociación. Esto generó discusión sobre las similitudes identificadas en la cadena de cada escuela y la Asociación, así como la importancia de generar alianzas.
- Los participantes se agruparon en parejas e identificaron los problemas que se dan en cada eslabón de la cadena a nivel local, así como las oportunidades, actividades de fortalecimiento y las principales alianzas que les permitirían diferenciarse de su competencia al ofrecer productos innovadores. La información fue presentada y sometida a discusión y validación.

- Finalmente discutimos y validamos los resultados obtenidos durante la discusión, se evaluó la prioridad que cada miembro de la Asociación de a cada uno de los problemas identificados, se priorizaron las actividades a desarrollar y se definieron recursos mínimos para su implementación. La Asociación manifestó que debido a los compromisos que cada escuela tiene, elaborará una serie de recomendaciones para dar inicio a las actividades que estarían realizando. Realicé una presentación preliminar de la información ordenada, para dar conocimiento a los miembros de la Asociación.

III. RESULTADOS

A. Caracterización de la oferta de ACEEQ.

Debido a que el presente estudio pretendía describir la oferta completa que ofrece la Asociación, desarrollé el siguiente análisis a partir de los servicios que promocionan como bloque, sus similitudes, diferencias y otros aspectos que he considerado de importancia. Es importante señalar, que los datos que no contengan citas, fueron obtenidos mediante la observación participativa durante el proceso de acompañamiento en talleres y otras actividades de acercamiento que tuve previamente con la ACEEQ.

Véase Apéndice 4, en el cual se incluye el texto completo de las hojas informativas en el que se incluye información general sobre la ciudad de Quetzaltenango, descripción de la ACEEQ, servicios incluidos en el paquete de inmersión total e información de contacto. Las páginas subsiguientes contienen información sobre cada una de las ocho escuelas que conforman la Asociación. Todas las hojas informativas presentan una breve descripción de los siguientes datos:

- Descripción de la Escuela
- Programas que ofrece
- Actividades incluidas en el paquete de estudios
- Opciones de alojamiento
- Opciones de voluntariado
- Servicios adicionales
- Información de contacto

1. Paquete de Inmersión Total. Las escuelas de la Asociación han decidido unificar esfuerzos para promocionarse como bloque para atraer a grupos de hasta 200 personas al mismo tiempo, para ello han ideado un paquete de inmersión total, que se promociona mediante la página web: www.xelaspanishschools.org y un folleto informativo que fue distribuido en el año 2009 por correo a diferentes instituciones y universidades de Estados Unidos y Europa (*Com. pers.* Hugo Rosales, vicepresidente ACEEQ). El paquete incluye los siguientes servicios:

- Transporte entre Guatemala –Quetzaltenango - Guatemala
- 25 horas a la semana de español con maestros especializados
- Alojamiento con familias locales
- Oportunidades de voluntariado de acuerdo al área de interés del grupo/individuo
- Participación en actividades culturales
- Visitas a destinos locales alrededor de la ciudad de Quetzaltenango

Las reservaciones se realizan mediante la página web de la asociación. En el momento en que un grupo contrata los servicios de la ACEEQ, se selecciona a las escuelas que prestaran el servicio, esto varía de acuerdo a la cantidad de estudiantes del grupo ya que son repartidos equitativamente entre las escuelas miembros de la Asociación. La escuela encargada de proporcionar el servicio para los estudiantes es notificada, establece contacto con el grupo y organiza el paquete de acuerdo a los requerimientos del mismo. El costo del paquete es de US\$175.00 y va destinado directamente a la escuela que se encarga de recibir al grupo (*Com. pers. ACEEQ 2010*).

Las escuelas de español ofrecen individualmente el paquete de inmersión total, que incluyen clases de español, alojamiento con familias locales, opciones de voluntariado y participación en actividades extracurriculares (incluido dentro del paquete de la mayoría de escuelas). Algunas escuelas ofrecen servicios adicionales tales como: arreglos de transportación de Quetzaltenango a Guatemala, recepción en estación de bus de Quetzaltenango, uso de internet, apoyo logístico para organización de viajes a otros destinos etc. El precio de este paquete varía entre \$150.00 a \$185.00 dependiendo de la escuela o la época del año (*Com. Pers. ACEEQ 2011*).

2. Programas. Las ocho escuelas de la Asociación ofrecen el programa de español intensivo; el curso estándar consiste en cinco horas diarias (de lunes a viernes) desarrollado a partir de las necesidades del estudiante. El método de estudio es “uno a uno” y abarca las áreas de gramática, pronunciación, comprensión de lectura y escritura. La mayoría de los maestros de la ACEEQ han realizado estudios universitarios y poseen experiencia en la enseñanza de

español. Durante sus clases magistrales incorporan distintos materiales de apoyo, tales como: medios audiovisuales, libros, juegos de mesa, revistas, etc (ACEEQ 2009).

La mayoría de escuelas ofrecen cursos especializados que combinan lecciones de español con terminología referente a un área de interés específico, siendo las más sobresalientes: enfermería, medicina, derecho, negocios, antropología, entre otros. Estos cursos son promocionados como programas separados, aunque también incluyen los servicios del paquete regular. Los cursos están dirigidos a estudiantes o profesionales de las áreas mencionadas, por lo que algunas escuelas ofrecen la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante las clases magistrales, realizando actividades de voluntariado en clínicas rurales, veterinarias y oficinas jurídicas. Las escuelas cuentan también con dos programas para estudiantes con conocimientos básicos o intermedios de español: el programa de idiomas Mayas de la región (Quiche y/o Mam) y el programa de enseñanza a maestros de español. Estos programas también utilizan el método de enseñanza uno a uno (ACEEQ 2010).

Algunas escuelas promueven otros programas de estudio orientados a estudiantes con requerimientos especiales:

- El curso para viajeros proporciona al alumno herramientas necesarias para organizar y comunicarse durante viajes por Latinoamérica;
- Los programas para familias y niños dosifican sus contenidos y organizan actividades dinámicas dentro y fuera de la escuela que facilitan el aprendizaje de los menores;
- Existen programas con énfasis en aspectos históricos, antropológicos y ecológicos de Guatemala diseñados para estudiantes que solicitan información especializada;
- Una escuela ofrece un curso de español virtual para estudiantes que desean continuar sus estudios a distancia o iniciarlos antes de su llegada al país.

Todas las escuelas de la Asociación ofrecen la opción de adaptar sus cursos a los requerimientos de universidades extranjeras para que el estudiante pueda optar a créditos universitarios.

3. Opciones de alojamiento. Tanto la Asociación como las escuelas que la conforman promueven la estadía con familias locales, que permite a los estudiantes conocer y experimentar a fondo la cultura Quezalteca y practicar los conocimientos adquiridos en la escuela. Cada centro de estudios ha seleccionado previamente a un grupo de familias locales, quiénes son constantemente monitoreadas para asegurar el bienestar y la seguridad del estudiante.

Los directores de cada escuela evalúan semanalmente el desempeño de las familias mediante consultas a los estudiantes sobre la satisfacción de los servicios recibidos, dependiendo de la retroalimentación proporcionada por los estudiantes se toma la decisión de continuar trabajando con la familia para la recepción de estudiantes. Usualmente se hospeda únicamente a un estudiante en cada casa de habitación, las familias reciben aproximadamente US\$50.00 semanales por cada estudiante (*Com.pers. ACEEQ 2010*).

Generalmente las familias ofrecen una habitación privada con baño compartido, tres tiempos de alimentación y agua potable durante siete días a la semana. Algunas familias ofrecen baño privado o servicio de lavandería, pero es necesario cubrir un costo adicional. Si el estudiante no desea hospedarse con una familia las escuelas pueden recomendar otras opciones de alojamiento tales como hostales u hoteles, dependiendo del presupuesto del estudiante quién debe cubrir los gastos personalmente. La mayoría de casas se encuentran ubicadas cerca de las escuelas, facilitando la movilización del estudiante.

4. Actividades. Las escuelas de la ACEEQ organizan individualmente actividades semanales que permiten a los estudiantes conocer a fondo la cultura local, vivir nuevas experiencias y disfrutar de los lugares que rodean la ciudad de Quetzaltenango. La participación en las actividades extracurriculares complementa el proceso de aprendizaje del estudiante que adquiere el paquete de inmersión total, ofreciendo opciones interesantes en las que puede involucrarse. Algunos ejemplos incluyen:

- Conferencias de historia, antropología, economía y problemática actual en Guatemala y Latinoamérica.
- Clases de baile (salsa o merengue).

- Cursos de cocina, tejido, guitarra, arte, etc.
- Viajes cortos a pueblos aledaños, aguas termales, volcanes, cooperativas, festividades locales.

La mayoría de actividades son organizadas por los maestros de la escuela, quienes coordinan su implementación y brindan apoyo logístico a los directores de su centro de estudios. Casi todas se organizan por las tardes dentro de la escuela y no tienen costo adicional para el alumno, a excepción de los viajes cortos donde el estudiante debe cubrir sus gastos de movilización, transporte o alimentación. Los fines de semana quedan libres para el estudiante, sin embargo algunas escuelas brindan apoyo logístico para planificar viajes a otros destinos.

5. Opciones de voluntariado. Una característica importante de las escuelas de español de Quetzaltenango, en este caso de ACEEQ es el interés de promover el involucramiento de sus estudiantes en actividades de proyección social dentro y fuera de la ciudad. La mayoría de las escuelas desarrollan iniciativas en conjunto con organizaciones sociales que buscan mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad. Algunas destinan una parte de los ingresos totales de la escuela en programas de apadrinamiento a niños y niñas de escasos recursos, cubriendo las cuotas de colegiatura, materiales de estudio y uniformes. Todas las escuelas han establecido contactos con organizaciones o proyectos y ofrecen una gran variedad de opciones para los estudiantes que desean participar. Las áreas más comunes de intervención son:

- Trabajo social: guarderías, hogares de atención a ancianos, mujeres o niños.
- Educación: clases de inglés y otras materias a niños de primaria, atención a niños con necesidades especiales.
- Salud: clínicas rurales o veterinarias, apoyo a niños discapacitados
- Ambiente: reforestación, agricultura sostenible, proyectos ecológicos
- Negocios: apoyo a pequeñas empresas, destinos turísticos, agroindustria

En la mayoría de casos (a excepción de medicina) no es necesario contar con experiencia en el área de intervención, algunas organizaciones solicitan un compromiso de al menos dos

semanas para poder participar dentro de los proyectos. El estudiante debe indicar a los coordinadores de la escuela su área de interés y este le ofrece las opciones que mejor le convengan. La escuela actúa como intermediario entre el estudiante y la organización o proyecto donde se realice el voluntariado, además de monitorear constantemente la satisfacción de ambas partes.

6. Servicios adicionales. Cada escuela de la ACEEQ ofrece distintos servicios que complementan el paquete de inmersión total, algunos tienen un costo adicional. A continuación se describen los principales servicios complementarios:

- Logística para recepción en aeropuerto de Guatemala y traslado a autobús: Este servicio es proporcionado por un hotel o taxi ubicado cerca del aeropuerto. Las escuelas contactan al prestador del servicio, quién se encarga de recoger al pasajero y trasladarlo a una estación de bus pulman. El estudiante puede pagar anticipadamente el servicio o directamente al llegar a la ciudad de Guatemala, el precio varía dependiendo del prestador de servicios pues los paquetes de “pick up” ya incluyen el boleto en la estación de bus.
- Apoyo logístico para contratación de paquetes de hospedaje en Ciudad de Guatemala: Las escuelas tienen contacto con varios hoteles de tipo “bed and breakfast” que ofrecen paquetes para estudiantes que desean pernoctar una noche en ciudad de Guatemala. El paquete incluye recepción en aeropuerto, hospedaje en hotel, desayuno y traslado a estación de bus, su precio varía de acuerdo al hotel, tipo de habitación y línea de transporte seleccionados.
- Recepción en Quetzaltenango: Cada escuela designa a un encargado de recibir a los estudiantes en la estación de bus o en las instalaciones de la escuela, generalmente el director es quién presta este servicio que no tiene costo adicional. El alumno es trasladado desde la estación de bus hacia la escuela donde recibe información general de la ciudad, paquete adquirido y luego es conducido hacia la casa de familia u hostal.

- Uso de internet: Este servicio está disponible para todos los alumnos, algunas escuelas cuentan con acceso inalámbrico y otras tienen un área con computadoras y acceso a internet, el uso de ambas opciones no tiene ningún costo adicional.
- Asistencia médica: En dos escuelas es posible recibir asistencia médica en caso de alguna enfermedad, en una escuela el servicio no tiene ningún costo, otra cobra una cantidad simbólica junto con la cuota del paquete completo. Los gastos en medicina o exámenes de laboratorio son cubiertos por el estudiante.
- Servicio de llamadas internacionales: Los alumnos pueden utilizar el teléfono de la escuela para comunicarse al extranjero, el precio varía dependiendo de la escuela. Es importante mencionar que la mayoría de escuelas ofrecen este servicio únicamente para Estados Unidos.
- Servicio de lavandería: Algunas escuelas tienen contacto con lavanderías locales, que recogen las bolsas de ropa en la escuela, mientras el estudiante recibe clases. El estudiante puede pagar directamente al proveedor de servicios o hacerlo mediante la escuela.
- Apoyo logístico para organización de viajes y contacto con tour operadores locales: El personal de la escuela asiste a los estudiantes en la planificación de viajes a otros destinos, en otros casos las escuelas contactan a estudiantes con operadores de turismo locales para adquisición de paquetes a otros destinos.

7. Precio por semana. El paquete de inmersión total de la ACEEQ tiene un precio de US\$175.00 y va destinado directamente a la o las escuelas que reciben estudiantes. Todas las escuelas que conforman la asociación decidieron por mutuo acuerdo fijar el precio de sus paquetes individuales, los cuales no deben de costar menos de US\$175.00 semanales. De las ocho escuelas fue posible observar que cuatro cumplen con este acuerdo, los paquetes de las cuatro escuelas restantes varían entre US\$142.00 a US\$188.00 por semana, el precio promedio es de US\$150.00. Al consultar sobre la fijación de precios me indicaron que se establecen de

acuerdo a lo que la escuela ofrece y la estacionalidad del turismo. Solo dos escuelas cobran más de la cantidad fijada, una de ellas lo justifica ofreciendo un curso de 6 horas diarias de español y otra tiene el precio fijado para la temporada alta (julio – septiembre) (*Com.pers. ACEEQ 2010*).

8. Medios de promoción utilizados. La ACEEQ cuenta con una página web que fue creada en el 2008 con el objetivo de promover a la Asociación, escuelas que la conforman y el paquete de inmersión total. A finales del 2009 la ACEEQ firmó una carta de entendimiento con la Organización Counterpart International para recibir apoyo en el diseño de materiales promocionales, como resultado de esta alianza se lograron reproducir 3000 copias de un folleto promocional que fue enviado a universidades e instituciones europeas y estadounidenses entre el 2009 y el 2010. Este material buscaba difundir el paquete de inmersión total, despertar el interés de los destinatarios, establecer contactos y empezar a atraer visitantes a las escuelas de la asociación.

El medio de promoción más utilizado por las escuelas es el internet, todas cuentan con una página web que promueve sus paquetes principales, información genera sobre Quetzaltenango, precios, etc. Algunas tienen convenios con portales de internet nacionales que se encargan de la promoción de destinos turísticos, las escuelas colocan anuncios que re-direccionan al visitante hacia la página principal del centro de estudios. Durante la entrevista realizada a propietarios de escuelas indicaron que el internet es uno de los medios más efectivos para atraer estudiantes, seguido por la promoción de “boca a oído” de estudiantes que han visitado la escuela en el pasado y la recomiendan a sus amigos, todos indicaron que debido a que en Quetzaltenango existen tantas escuelas de español este método de promoción resulta ser más efectivo pues los clientes contactan directamente a la escuela que se le ha recomendado. La mayoría de escuelas han establecido contactos a través de los años con instituciones o universidades que envían grupos de estudiantes cada año. Todas las escuelas cuentan con materiales promocionales que distribuyen mediante correo, estudiantes que han visitado la escuela o ferias internacionales de turismo idiomático; algunas se promocionan en guías internacionales, revistas nacionales y de promoción local tales como Lonely Planet, Rough Guide, Revue, XelaWho y EntreMundos, entre otras.

B. Evaluación de la oferta de la ACEEQ

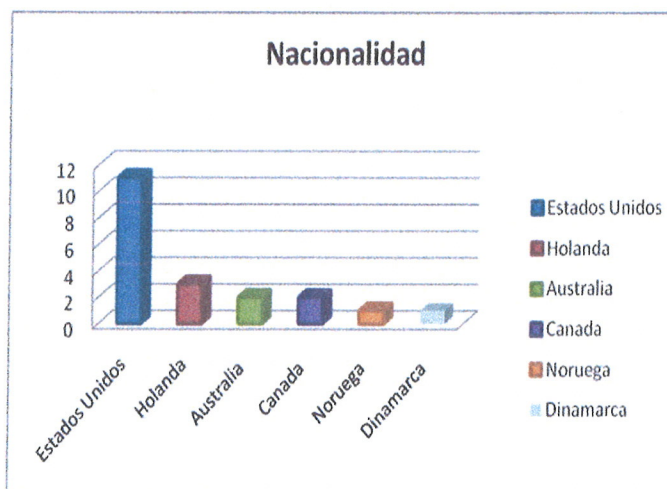
La información analizada se divide en dos partes: análisis de variables, a las cuales agregué información obtenida en las entrevistas semiestructuradas realizadas a los estudiantes de las escuelas de español de la ACEEQ. La segunda parte consiste en la evaluación de la oferta, recabada a partir de las 20 entrevistas a estudiantes de las escuelas de la Asociación; así mismo considero importante señalar que el objetivo de realizar esta evaluación rápida consistió en demostrar a los miembros de la ACEEQ la importancia de elaborar estudios que permitan conocer el perfil del turista que adquiere los productos de sus escuelas, orientar sus esfuerzos de mercadeo, contar con estadísticas reales que permitan elaborar estudios a profundidad y evaluar constantemente la percepción de los estudiantes sobre los productos que se ofrecen en la actualidad.

1. Análisis de variables. Al desarrollar la evaluación de la oferta de ACEEQ pude determinar que el perfil preliminar del turista que visita la Asociación, incluye a:

Viajeros independientes (95%), principalmente de origen estadounidense (55%) tanto de género femenino como masculino, una gran cantidad de ellos profesionales (60%) y estudiantes universitarios (30%). Poseen una edad entre 18 a 35 años (90%), la mayor parte viajan solos (55%) o con amigos (40%). El medio de transporte más utilizado es el de bus pulman (55%) para trasladarse hacia la ciudad de Quetzaltenango, en menor cantidad utilizan transporte extra urbano, *shuttles* y carros rentados para movilizarse hacia otros destinos turísticos. Los destinos turísticos fuera de Quetzaltenango, más visitados por los estudiantes son: Antigua Guatemala, Lago de Atitlán, Semuc Champey y las playas del Pacífico.

a. Nacionalidad

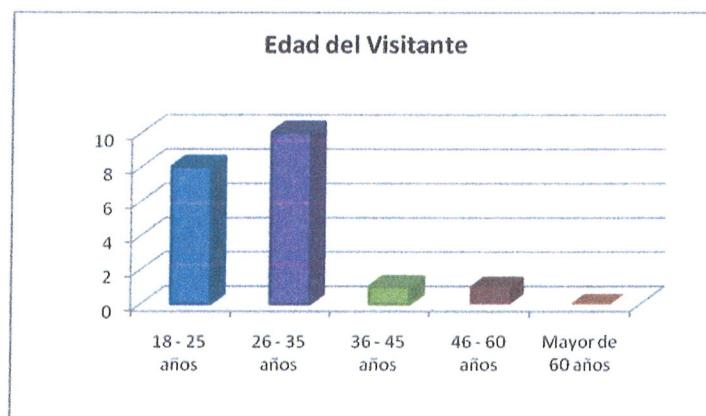
Gráfica 1. Nacionalidad de visitantes



De acuerdo a la gráfica 1., la mayor parte de los encuestados son de nacionalidad estadounidense (55%), seguido por holandeses (15%), los mercados canadiense y australiano ocupan el tercer lugar (10%) seguido por estudiantes de origen nórdico (Dinamarca y Noruega) que ocupan el 5% respectivamente.

b. Edad

Gráfica 2. Edad de Visitantes

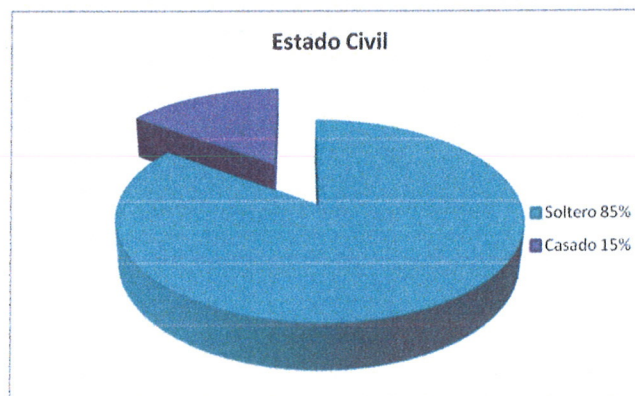


La mayor parte de los visitantes se encuentra entre los 18 y 35 años de edad (90%), siendo el rango de edad de 26-35 el más común entre los viajeros entrevistados. El porcentaje de personas mayores de 36-45 es igual al de 46-60 años (5%).

c. Género. Tanto la población femenina como la masculina, representaron el 50% de los entrevistados.

d. Estado Civil. La población soltera represento el 85%, mientras que la población casada obtuvo el 15% restante, lo cual también puede explicarse por la edad de la mayoría de los estudiantes.

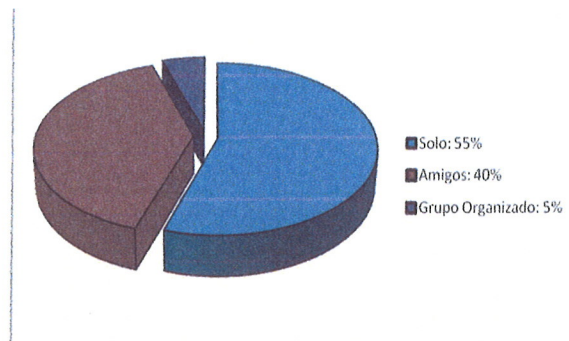
Grafica 3.
Estado civil del visitante



e. Profesión. El 60% de los entrevistados realizaron estudios universitarios o técnicos, un 30% se encuentra realizando estudios de pre-grado y el 10% se dedica a otras actividades productivas.

f. Forma en la que viaja

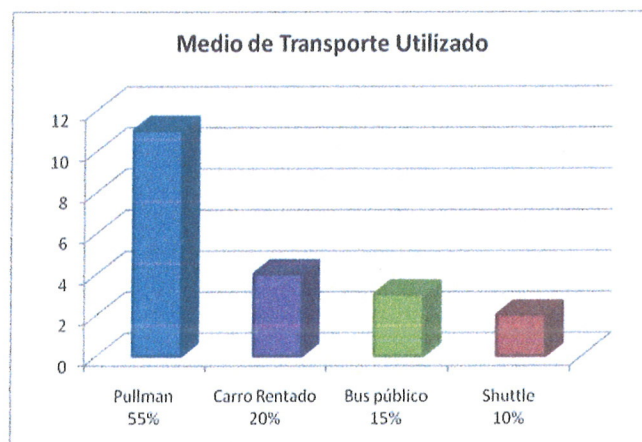
Gráfica 4. Forma en la que viajan los turistas encuestados



La gráfica 4, demuestra que la mayor parte de la población viaja sola (55%) seguida por personas que viajan con amigos (40%); el segmento de personas que viajan en grupo organizado corresponde a la minoría (5%).

g. Medio de transporte utilizado. La mayoría de los entrevistados utilizaron el servicio de bus pulman (55%) y público (15%) para llegar a Quetzaltenango; el 20% lo hizo por medio de carro rentado y el 10% restante utilizó el transporte de agencias u operadores turísticos.

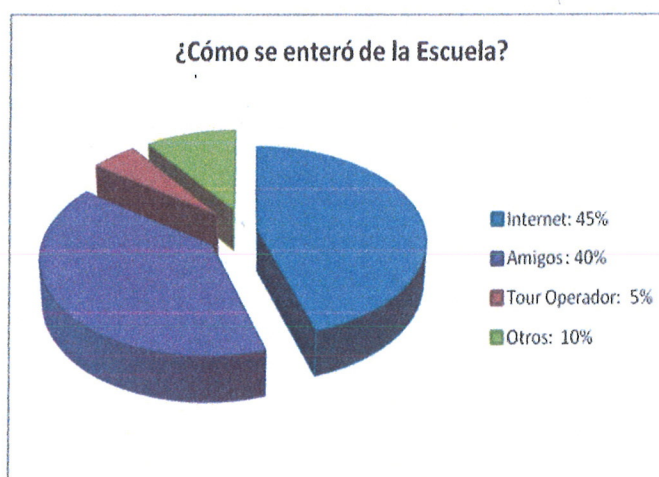
Gráfica 5. Medio de transporte utilizado por estudiantes que viajan a Quetzaltenango



h. Forma de organizar un viaje. El 95% de los estudiantes organizó su viaje de manera independiente, el 5% restante contrató los servicios de un operador turístico para planificar su viaje a Quetzaltenango.

i. Medio de selección de la escuela de Español. La gráfica 6., muestra que el 45% de los estudiantes se enteraron de la escuela de español por medio del internet. Algunos de los criterios tomados en cuenta para selección del centro de estudios son: reseñas de estudiantes que han visitado la escuela, actividades promocionadas en las páginas y la rapidez para responder a las solicitudes de información.

Gráfica 6. Medio por el que se enteran los estudiantes de las escuelas de Español



Por ejemplo “investigué muchas escuelas pero esta tenía las mejores reseñas de estudiantes que visitaron la escuela, también hubo buena retroalimentación con el contacto de las reservaciones” (Entrevista 6, marzo 2011). “Entré al sitio de Xelapages, y revisé las primeras escuelas de la lista, me interesó esta escuela por la información sobre los premios que han recibido, actividades extracurriculares y los proyectos sociales que realizan” (Entrevista 5, marzo 2011).

El 40% de los estudiantes entrevistados indicó que se enteró de la escuela por recomendaciones de amigos o familiares (boca a oído) que han asistido a la escuela con anterioridad. Esto también influyó en la selección del centro de estudios, pues al tener una referencia de primera mano, la mayoría establece contacto directo con los representantes de la escuela “Una amiga me recomendó la escuela, y el dueño se portó muy amable conmigo al responder el correo” (Entrevista 15, marzo 2011). “La escuela ofrece actividades que me interesaron mucho, además, dos de mis amigas vinieron aquí” (Entrevista 11, marzo 2011). “Siempre quise venir a Guatemala, un tío visitó esta escuela, me interesó porque es una organización no lucrativa y que puedo obtener créditos universitarios.

Del total de entrevistados, el 10% indicó que contrató los servicios de la escuela al llegar a Quetzaltenango: “Vine a Guatemala para hacer mi trabajo de graduación, la supervisora del proyecto nos recomendó esta escuela por su flexibilidad de horarios, al venir, la dueña se tomó el tiempo de enseñarnos el lugar y nos ayudó a estructurar nuestro plan de estudios” (Entrevista 1, Marzo 2011). Otra persona mencionó “vine a Quetzaltenango de San Cristóbal de las Casas para buscar una escuela de español, pues la ciudad tiene buena reputación, estuve caminando por el centro histórico y encontré la escuela. Decidí estudiar acá porque era la única que estaba abierta en sábado” (Entrevista 20, marzo de 2011). El 5% restante, indicó que conoció la escuela por recomendación del operador de turismo que contrató para organizar su viaje: “Quería aprender español y encontré una empresa danesa que organiza viajes para visitar esta escuela, el dueño fue maestro y ahora vive en mi país” (Entrevista 12, marzo 2011).

j. Motivación principal para viajar a Quetzaltenango. Del total de entrevistados, el 95% visitaba la ciudad por primera vez. Al preguntarles sobre la razón principal para viajar a Quetzaltenango, la mayoría respondió que al consultar en internet y otras fuentes de información, Xela contaba con las mejores referencias para el aprendizaje del idioma; Por ejemplo: “escuché muchas cosas buenas de Xela, por ejemplo que es buena ciudad para aprender español” (entrevista 4, marzo 2011). Los motivos más importantes son: recomendaciones de amistades o familiares que han visitado la ciudad con anterioridad, menor cantidad de turistas y más posibilidades de practicar español: “Es la primera vez que visito la ciudad, decidí venir porque hay menos extranjeros y puedo hablar mucho español, el precio es más barato y esta escuela

ofrece cursos de K'iche" (entrevista 16, marzo 2011). También mencionaron referencias de amigos que han visitado la ciudad con anterioridad, la diferencia de precios, y la seguridad: "El precio es mucho más barato en comparación con otros lugares, en San Cristóbal de las Casas una hora de español es casi tres veces más cara que acá, además la ciudad tiene reputación de ser tranquila y segura" (Entrevista 20, marzo 2011).

k. Servicios utilizados por los turistas en Quetzaltenango. Dentro de los servicios más utilizados por los turistas entrevistados destacan: compañías de transporte local o nacional (Transportes Alamo, Línea Dorada, buses urbanos, etc.), café internet, operadores de turismo (Quetzal Trekkers, Monte Verde Tours y Fuentes Georginas). En menor cantidad, mencionaron servicios de alimentación (restaurantes y cafeterías), compra de artesanías, contratación de guías locales de turismo, lavanderías y casas de huéspedes (Entrevistas 1 a 20, marzo-abril 2011).

l. Destinos más populares para visitar. Solicité a los entrevistados que indicarán otros lugares que tenían contemplado visitar durante su visita en Quetzaltenango. Además de los que rodean la ciudad, tales como: Zúnil, Almolonga, Totonicapán y Salcajá. Mencionaron además, Antigua Guatemala, Lago de Atitlán, Alta Verapaz (Semuc Champey), playas del pacífico (Champerico y Monterrico). La mayoría de viajes largos estaban planificados para realizarse durante los fines de semana: "La ubicación de Xela es céntrica para ir a visitar otros lugares en el fin de semana" (Entrevista 15, marzo 2011).

C. Evaluación de satisfacción de la Oferta

1. Método de enseñanza. Todos los entrevistados se mostraron satisfechos y conformes con el método de enseñanza uno a uno, pues permite obtener resultados aplicables en un lapso de tiempo relativamente corto: "El método de aprendizaje es el más adecuado, funciona mejor que recibir clases en grupo. He tomado clases grupales en Ecuador y no funcionó, porque cada quién tenía necesidades específicas, viajé a Guatemala para estudiar este método" (Entrevista 5, marzo 2011). El 90% de los entrevistados, calificó las clases como muy buenas, la cantidad de tiempo parece ser la adecuada y permite a cada estudiante avanza a su propio ritmo y de acuerdo a sus

capacidades. Dos de las entrevistadas manifestaron que la cantidad de horas puede llegar a ser exhaustiva: “Tenemos que trabajar durante las mañanas en nuestro proyecto de graduación de la universidad, y recibir 4 o 5 horas intensivas es cansado, pues tengo que procesar mucha información, prefiero organizar tres horas cada día para que no sea tan difícil” (Entrevista 1, marzo 2011).

En relación a los maestros, el 100% de los proporcionó buenos comentarios, pues ellos complementan el método de enseñanza, la mayoría fueron calificados de serviciales, amables y destacaron sus conocimientos en otras áreas: “Los maestros que he tenido son muy divertidos y tienen mucha experiencia, siempre utiliza métodos ingeniosos para que yo aprenda” (Entrevista 17, abril 2011). El 30% recomienda que los alumnos cambien de maestros cada cierto tiempo, pues cada maestro tiene habilidades y técnicas de enseñanza distintas, brindando herramientas útiles a los alumnos (Entrevistas 19 y 20 marzo 2011). En repetidas ocasiones, casi el 80% de los alumnos manifestó la necesidad de que el maestro tenga conocimientos básicos en inglés, pues esto permite explicar rápidamente términos específicos y facilitar la comunicación: Son muy buenos, pero no hablan inglés, es un poco difícil pues a veces lleva mucho tiempo transmitir una idea sencilla, por otra parte es mejor que no lo hablen pues así me puedo esforzar en mejorar mi español” (Entrevistas 7, 19 y 20, marzo 2011).

Al solicitar la opinión sobre los materiales que cada maestro utiliza para reforzar sus técnicas de enseñanza, el 85% de los estudiantes comentó que son muy escasos, o que sus maestros no se apoyan en otros materiales, a excepción de un libro que se utiliza como guía de aprendizaje: “Hace falta materiales didácticos, como cintas auditivas, audiovisuales y libros de distintos temas. Sé que en Guatemala es difícil encontrar este tipo de materiales para estudiar en casa, sin embargo esto no impide que la enseñanza que he recibido sea buena” (Entrevista 3, marzo 2011). A pesar que la mayoría indica que la ausencia de materiales no frena su aprendizaje, varios coinciden en que es necesario que las escuelas utilicen otras herramientas para apoyar a los alumnos en la enseñanza, también indican que las colecciones de libros de las escuelas son de mucha utilidad: “La escuela cuenta con una biblioteca completa, he podido llevar a casa algunos libros (Historia de Guatemala y Harry Potter) que he leído durante las tardes sin gastar mucho” (Entrevista 19, marzo 2011).

En general la mayoría de estudiantes (70%), opinaron que las tareas son buenas, pues permiten practicar y profundizar los conocimientos adquiridos día a día. Un 20% indican que la calidad y contenidos de las mismas podría ser mejor “ Son un poco monótonas, tiende a ser redundante cuándo podrían ser más dinámicas y variar a lo largo de la semana. En internet hay muchas opciones que podrían utilizarse, como canciones, juegos, programas, etc.” (Entrevista 3, marzo 2011). La cantidad de tareas depende del interés y del criterio del estudiante “He arreglado con mis maestros la cantidad de tareas que puedo manejar cada día, esto me parece bien, pues así puedo dedicarme a otras cosas” (Entrevista 11, marzo 2011). A pesar de que la mayoría concluyen que es una forma excelente para reforzar lo aprendido, un 10% de los entrevistados coinciden en que el trabajo en casa se vuelve cargado, debido a la modalidad de estudio: “ Después de una jornada larga es muy pesado, me gusta practicar con mi familia, pero sentarme a escribir oraciones, es aburrido y prefiero descansar, me gusta mucho conversar y leer, pero escribir es bastante tedioso, sé que muchos estudiantes se cansan y prefieren no trabajar por las tardes” (Entrevista 19, marzo 2011).

2. Alojamiento. El 90% de los entrevistados se hospedaban con familias locales, el 10% restante optó por contratar los servicios de hospedaje por separado. “Estoy hospedándome en un hostel, pienso que no necesito una familia. Cinco horas de estudios es demasiado tiempo para luego practicar con una familia en casa. Necesito tiempo para hacer tareas, ejercitarme o conocer la ciudad. El hostel es bueno, tengo mi propia habitación con baño privado a un precio accesible, y, para comer puedo visitar los restaurantes de la ciudad” (Entrevista 20, marzo 2011). La cantidad de tiempo y objetivos del viaje también influyen para la selección del tipo de hospedaje “Pasaré una larga temporada en la ciudad (cuatro meses), pues estoy haciendo mi tesis en una comunidad cercana. Ya he visitado Xela antes. Asistiré a la escuela sólo cuatro semanas y es mejor tener mi propio espacio, así puedo comprar comida para cocinar y ahorrar un poco más” (Entrevista 15, marzo 2011).

Los estudiantes tienen una muy buena opinión sobre el alojamiento con familias locales, la mayoría están satisfechos con la atención brindada por las familias. Algunos estudiantes manifestaron que han tenido mucha suerte pues han logrado establecer relaciones cordiales con sus familiares: “Mi familia me atiende muy bien, hemos hecho muchas cosas dentro y fuera de casa, esto ha fortalecido nuestra relación” (Entrevista 3, Marzo 2011). “Es perfecta, desde que

llegue he tenido algunos percances: me enfermé y me asaltaron. Ellos me ayudaron a recuperar mis cosas, hemos viajado a otros lugares juntos y organizaremos una fiesta para mi despedida, es una experiencia que vale la pena” (Entrevista 19, marzo 2011).

En relación a las habitaciones en las casas de familia, no hubo mayores comentarios, el 90% de los estudiantes que se hospedan con familias locales, coincide en que los cuartos cuentan con lo necesario, a pesar de ser espacios relativamente pequeños, esto no representa problemas para los estudiantes, a excepción de cuándo viajan en pareja “Mi habitación es pequeña, la comparto con mi esposo y sería bueno tener más espacio, mas sillas, etc. Es necesario que la escuela verifique el espacio disponible cuándo se trata de alojar a más de una persona” (Entrevista 14, marzo 2011).

El 95% de estudiantes manifestó estar conforme con la alimentación que las familias proporcionan, el 70% indicó que las porciones son suficientes, sin embargo “A veces, el almuerzo y la cena puede ser escaso, mis amigos se quedan con hambre y deben ir a comprar comida a otros lugares. La calidad es buena, pero esto depende de la familia” (Entrevista 3, marzo 2011). Un 20% de los entrevistados, coincidieron en que a pesar de que las cantidades son suficientes, no son nutritivas: “No es una alimentación balanceada, todo es frito, a veces es aburrido, parece que no planifican las comidas” (Entrevista 5, marzo 2011); “La comida es buena, pero un poco monótona, se que la calidad es buena pero no varían mucho las comidas” (Entrevista 19, marzo 2011). Por otra parte, el 5% de los entrevistados piensa que la alimentación es parte de la experiencia: “algunos pueden decir que las cantidades no son suficientes, pero yo creo que si eso es lo que la familia guatemalteca come, yo lo comeré. Aprecio mucho más que se adapten a mis necesidades, por ejemplo, al ingresar mi solicitud a la escuela indiqué que no comía carne, y han preparado platos que no contienen carne. Esto es lo que realmente importa, sin embargo, entiendo que otros estudiantes se quejen, pero esto es lo que se come, es parte de la cultura” (Entrevista 17, abril 2011).

3. Proyectos de voluntariado. El 50% de los entrevistados se abstuvo de opinar sobre los proyectos de voluntariado. La mayoría indicó que no ha participado en ninguno por cuestiones de tiempo o falta de interés: “Se que la escuela tiene buenos proyectos y contactos con otras organizaciones, aún no he participado en alguno” (Entrevista 14 marzo 2011). Sólo el 15% de los

estudiantes participó en proyectos de voluntariado en escuelas primarias y en un orfanato: “Fue una buena experiencia, a veces me siento mal por los niños, pero pienso que a nivel de organización todo funcionó muy bien” (Entrevista 6, Marzo 2011). Los estudiantes que trabajaron en escuelas primarias tuvieron experiencias distintas: “Doy clases de inglés a niños de 6° primaria, me gusta mucho ayudarlos, y espero trabajar con ellos durante mi estadía en Quetzaltenango” (Entrevista 4, marzo 2011). Por otra parte “Trabajé en una escuela primaria, dando clases de inglés, no fue una buena experiencia. Para empezar la directora quería que comprara un regalo para la escuela, pensé en quedarme más tiempo, pero todo fue mal organizado, los niños no me respetaban y no prestaban atención” (Entrevista 6, marzo 2011).

El 10% de los entrevistados, a pesar de no haberse involucrado en las actividades de voluntariado indicaron que a veces las escuelas venden una idea diferente de estos proyectos, por ejemplo: “Traté de encontrar un proyecto, pero después de clases estaba cansada. Sin embargo creo que la página web de la escuela, habla mucho sobre las actividades de voluntariado, y al llegar observé que no trabajan mucho en esto. Pienso que deben ofrecer únicamente lo que tienen” (Entrevista 19, marzo 2011). “Se que esta escuela ofrece contactos con muchos proyectos, pero en muchos casos el papel de los voluntarios no es significativo, las actividades que realizan son muy básicas” (Entrevista 15, marzo 2011).

4. Actividades Extracurriculares. La opinión sobre las actividades extracurriculares varía dependiendo del centro de estudios y los intereses de los estudiantes. El 70% manifestó estar satisfecho con los viajes organizados por las escuelas: “Cada semana visitamos un lugar nuevo, hemos ido a cooperativas, carnavales y visité el volcán, fue divertido” (Entrevista 3, marzo 2011). “Hemos visitado muchos lugares increíbles que permiten que fortalezcamos los lazos con los demás” (Entrevista 11, marzo 2011). Casi todos los estudiantes coinciden en que las conferencias y clases adicionales que organiza la escuela son interesantes. En algunos centros de estudio se realizan más a menudo. Por ejemplo: “En mi escuela organizan charlas dos veces a la semana, los temas son interesantes pues hablan de cultura, economía e historia de Guatemala. Las clases son muy buenas, y son gratis” (Entrevista 3 marzo 2011); “Siempre es importante conocer sobre Guatemala, las charlas complementan las visitas que realizamos y nos divertimos mucho” (Entrevista 11, marzo 2011). El 20% comentó que durante el tiempo que habían asistido a la

escuela, no habían organizado ninguna actividad: “No ha habido ninguna actividad en la escuela, me gustaría que dieran más opciones para viajar, recibir clases adicionales pues no hemos hecho casi nada” (Entrevista 14 marzo 2011). “Pienso que no hemos hecho mucho, pues no hay estudiantes en la escuela, entonces no organizan actividades” (Entrevista 15, marzo 2011).

Un 15% de los entrevistados, mencionó que aún no habían considerado participar en las actividades de su escuela por razones diversas “No he decidido, además el tiempo es limitado pues tengo que trabajar todas las mañanas por mi tesis” (Entrevista 2, marzo 2011). “Pienso que iré la próxima semana, ha habido oportunidades pero no he ido” (Entrevista 17, abril 2011). Algunos estudiantes prefieren no participar y hacer cosas por su propia cuenta “No he querido participar, prefiero visitar los lugares solo y tener más independencia” (Entrevista 20, marzo 2011). “La escuela no ofrece actividades, vine a estudiar y por eso me gusta pues solo se dedica a darme clases de español (Entrevista 9, marzo 2011).

Existen escuelas que subcontratan los servicios de otras agencias para organizar viajes a otros destinos. Los estudiantes se manifestaron conformes, sobre este tipo de servicios: “Los viajes se organizaron por aparte, fuimos a muchos lugares en Quetzaltenango y sus alrededores, también organizaron conferencias y clases muy divertidas” (Entrevista 19, marzo 2011). “El proveedor que organizó mis actividades es muy bueno, visité lugares interesantes” (Entrevista 10, marzo 2011).

5. Relación entre precio y satisfacción de los estudiantes. El 100% de los entrevistados indicó que estaba satisfecho con el precio que había pagado por los servicios de la escuela. Algunos compararon el precio con otros destinos de Guatemala: “ El precio es bueno, en otros lugares como Antigua es más caro, pienso que estoy pagando por lo que recibo, sé que hay escuelas más baratas pero esto es porque los maestros y las familias ganan menos dinero,” (Entrevista 3, marzo 2011). Otros mencionaron la importancia de destinar porcentajes a causas sociales: “Me gusta que una parte de los ingresos está destinada a los niños” (Entrevista 4, marzo 2011), “Pienso que los precios que maneja la escuela son justos, pues una gran parte va destinada a una escuela de niños, además he aprendido muy rápido. El precio lo vale” (Entrevista 11, marzo 2011). Dos de las entrevistadas indicaron que el precio era muy bueno para todos los servicios

que ofrecen: “Pienso que es excelente, todo lo que recibo es increíble. En mi país, solo por las clases de español pagaría muchísimo más, sin incluir familia o alimentación. Si costará el doble, aún sería costeable, se que algunos estudiantes tienen menos recursos, pero para mí está bien, esto es lo que estaba buscando (Entrevista 18, abril 2011). “El paquete es muy completo, pienso que no es caro para los estudiantes, ahora no estoy trabajando, y es mucho más barato estar acá que en los Estados Unidos (Entrevista 19, marzo 2011).

6. Inclusión de nuevos servicios. El 85% de los estudiantes entrevistados, manifestó que los servicios ofrecidos en la actualidad por las escuelas a las que asisten son suficientes, “Nuestra escuela es bastante flexible en cuanto a organizar nuevas actividades de acuerdo a nuestros intereses, podemos pedir una actividad específica y la dirección se encarga de organizarla (Entrevista 2, marzo 2011) y no es considerada necesaria la inclusión de nuevos servicios “La escuela proporciona todo lo necesario, siempre hay algo que hacer” (Entrevista 12, marzo 2011). Sin embargo, algunas propuestas fueron: “Deben ofrecer preparación para el examen de Oral Proficiency, así podría organizar mis clases en base a los requerimientos del examen, voy a cambiar de escuela pues en otra me dijeron que podían prepararme (Entrevista 5, Marzo de 2011). En las escuelas donde no se realizan actividades adicionales, solicitaron la inclusión de algunas como clases de gastronomía guatemalteca, en convivencia con los maestros de la escuela, o programar horas de conversación “necesito más tiempo para practicar el español con los maestros de la escuela, podría aprovechar una hora todas las tardes” (entrevista 14, marzo 2011).

Luego pregunté a los estudiantes el pago que estarían dispuestos a asignar a la inclusión de los servicios en cuestión. Pero debido a que más del 70% de entrevistados comentó que no consideraba necesario que se desarrollaran nuevos servicios dentro de las escuelas, mas de la mitad de los entrevistados indicaron que no estaban de acuerdo en incrementar los precios de la escuela mediante la adición de nuevos servicios. Algunos sin embargo indicaron que podrían pagar más dependiendo del tipo de servicios: “depende de la actividad que diseñaran, sin embargo pienso que no es necesario, el precio que cobran es apropiado” (Entrevista 12, marzo 2011). Todos parecen estar conformes con los precios actuales, sin embargo algunos alumnos comentaron estarían dispuestos a pagar más en condiciones específicas, por ejemplo: “Pienso que si antes de llegar, hubiese sabido que las familias reciben únicamente \$40.00 por semana, habría

ofrecido pagarle más dinero a la familia. Tal vez es mejor que la escuela presente un desglose de precios en su página web, como lo hacen algunas, indicando cuánto recibe cada prestador de servicios. El precio es bueno, sé que la mayoría de estudiantes pueden pagarlo” (entrevista 19, marzo 2011). Sin embargo, una de las entrevistadas comentó que el hecho de que exista tanta competencia es una desventaja a la hora de querer fijar nuevos precios “Yo estaría de acuerdo con pagar más, sería mejor que todas subieran los precios, pues sino los estudiantes seleccionarían las escuelas más baratas y no serviría de nada subir precios. Pienso que las escuelas deben vender de otra forma sus paquetes, para que la gente quiera pagar más por ellos, existen páginas que indican cuánto reciben los maestros y familias, esto haría al estudiante sentirse más comprometido y pienso que podría pagar más” (entrevista 5, marzo 2011).

Algunos estudiantes mencionaron aspectos que deben ser tomados en cuenta, la información se presenta agrupada de acuerdo a las observaciones brindadas:

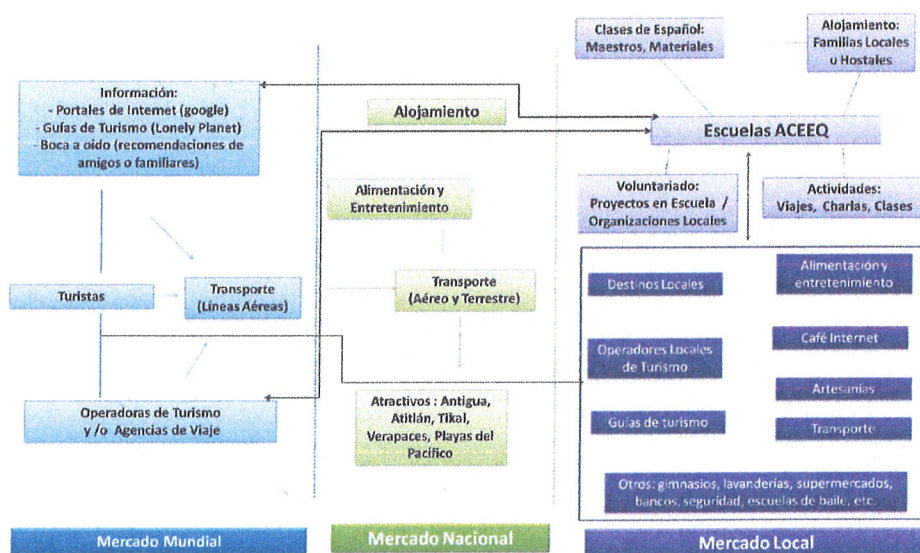
- Promover interacción entre estudiantes, maestros y gente local: “Me gustaría que hubiese más opciones para conocer otras personas, no necesariamente estudiantes, podrían hacer foros universitarios, para que conociéramos a estudiantes nacionales que podrían estar interesados en practicar inglés” (Entrevista 5, marzo 2011). “La asociación podría realizar más actividades en conjunto, a veces hay escuelas que tienen muy pocos estudiantes, para mí era más divertido cuándo habían más personas en la escuela, pues puedo conversar con ellos antes de clases o durante la pausa (entrevista 19, marzo 2011).
- Mejorar esfuerzos de promoción: “La escuela tiene muchas cosas buenas para ofrecer, pero es necesario que mejore la promoción en internet, que vendan lo que realmente ofrecen, pues el ambiente es muy bueno. Sin embargo, la gente no viene (Entrevista 15, marzo 2011). “Si yo tuviera una escuela en Xela, haría mas promoción en San Cristóbal de las Casas, México. Pues los precios son mucho más competitivos, también deben considerar tener abierto los fines de semana, pues para el turista no importa el día, el tiempo con el que viajamos es apretado y necesitamos aprovecharlo al máximo (Entrevista 20, marzo 2011).

- Mejorar canales de información: Dos estudiantes comentaron que el proceso de confirmación de su reserva fue un poco confuso, “Quería asegurarme que hubiera un espacio en clase, llené el formulario de la página web, y solo recibí una confirmación automática. Hubiese sido mejor que me enviaran un correo diciendo que mi solicitud había sido recibida y el paquete que estaba adquiriendo incluía tales servicios, también sería apropiado que la persona encargada de confirmar las reservaciones tenga conocimientos básicos de inglés. Por suerte no hubo ningún problema y todo es perfecto, pero me hubiera gustado tener más información, no es necesario algo tan elaborado, podrían tener un formato que contenga información específica” (Entrevista 18, abril 2011). “Compré un paquete que incluía una noche de hospedaje en la ciudad, yo entendí que era en un hotel, sin embargo cuándo nos fueron a buscar al aeropuerto, nos llevaron a una casa particular. No hubo ningún problema, pero habría estado más cómoda si hubiese sido un hotel, aunque el precio hubiera sido más alto, es necesario que proporcionen información clara al enviar confirmaciones de las reservas” (Entrevista 17, abril 2011).

C. Mapeo de Cadena de Valor ACEEQ

A continuación se muestran los eslabones de la cadena de valor de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango (figura 2). La identificación de los mismos fue realizada en conjunto con los miembros de la Asociación. Para mejor comprensión incluí una breve descripción de cada segmento (mundial, nacional y local) y los eslabones identificados.

Figura 2. Mapa de la cadena de valor de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango.



Fuente: Elaboración Propia

1. Mercado mundial. Este segmento incluye las actividades y servicios que el turista necesita tener a su alcance previo a la realización de su viaje. Las dos formas más comunes de organizar un viaje es mediante la contratación de servicios de *tour operadores* o *agencias de viaje* que venden paquetes de acuerdo a los requerimientos del turista (boletos aéreos, transporte terrestre, hospedaje, paquete de inmersión total en escuela, entre otros). La segunda forma, y más utilizada en la actualidad la por la mayoría de turistas que visitan Quetzaltenango, organizan su viaje de forma individual, buscando *información* en diferentes portales de internet o adquiriendo guías de viaje. Ambas herramientas proporcionan información necesaria que permite al turista adquirir los servicios por separado. Los turistas contactan directamente a la escuela de español seleccionada y adquieren el paquete de inmersión total, reservan vuelos y seleccionan otras actividades o destinos a visitar. El *transporte aéreo* se contrata de manera individual o va incluido dentro de los paquetes de las agencias de viajes.

2. Mercado nacional. La mayoría de escuelas de español tienen contacto con *hoteles u hostales* (la mayoría ubicados en la zona 13 de la ciudad de Guatemala) que usualmente ofrecen dos paquetes, adquiridos por la mayoría de estudiantes: el primero incluye recepción en el aeropuerto, hospedaje, alimentación y traslado a una estación de buses pulman que viaje a Quetzaltenango. Los precios de este paquete varían dependiendo del tipo de habitación y compañía de transporte, pero oscilan entre \$ 40.00 y \$ 60.00. El segundo paquete consiste únicamente en recepción en aeropuerto y traslado a la estación de buses, el precio varía entre US\$ 25.00 a US\$ 30.00 dependiendo de la compañía de transporte. Ambas opciones están listadas en las páginas de internet de las escuelas, sin embargo, en algunas no se mencionan los nombres de los hoteles que brindan este servicio. Los hoteles que se promocionan en las páginas de las escuelas son Posada Belén y Hotel Dos Lunas.

En otros casos los estudiantes contratan los servicios de hospedaje y transporte por separado, o bien, deciden viajar a *otros destinos* del país (como señalé en la sección 2 de resultados) antes de iniciar sus estudios. Los precios de los hostales de la ciudad varían entre US\$ 15.00 y \$ 45.00 diarios con desayuno incluido. Así mismo, existen cinco compañías de transporte pulman que viajan a Quetzaltenango. Todas las líneas realizan dos o tres viajes entre Quetzaltenango y la Ciudad de Guatemala, el costo del pasaje oscila entre Q.60.00 y Q75.00 dependiendo de la compañía seleccionada.

3. Mercado Local. Al llegar a Quetzaltenango, el director o un encargado de la escuela da la bienvenida a los estudiantes, que luego son trasladados al centro de estudios, para brindarles una breve inducción sobre aspectos generales del programa y la vida en la ciudad, por último son trasladados con las familias locales. Las clases se organizan de lunes a viernes, generalmente por las mañanas, durante las tardes los estudiantes pueden participar en alguna de las actividades extracurriculares o hacer algo por su cuenta. A continuación describo los eslabones externos que configuran la oferta del mercado local de la ciudad de Quetzaltenango:

4. Operadores locales de turismo. En la ciudad de Quetzaltenango existen siete operadoras de turismo, que se dedican a la prestación de servicios turísticos, tales como transporte, hospedaje y excursiones. En muchos casos, brindan información de utilidad a los turistas que acuden a

ellos, sin embargo la mayoría de escuelas de español apoya a los estudiantes a organizar viajes o contratar distintos servicios a manera de reducir costos. Algunas escuelas subcontratan o recomiendan los servicios de una empresa que organiza viajes a destinos locales, sin embargo no existen acuerdos formales entre empresas.

5. Transporte. Algunas tour operadoras ofrecen traslados hacia distintos destinos dentro y fuera de Quetzaltenango, el costo de los traslados depende del destino. También existen compañías de transporte urbano y extra urbano, que facilitan la movilización dentro y fuera de la ciudad.

6. Alojamiento. Según el INGUAT (2006) en la ciudad de Quetzaltenango existen 110 hoteles de distintas clasificaciones. Estos se encuentran en distintas zonas de la ciudad y, sus precios varían dependiendo de su clasificación. La mayoría de hoteles pequeños, donde usualmente se hospedan los estudiantes, ofrece hospedaje de bajo costo con desayuno incluido. Todas las escuelas remarcan la importancia de hospedarse con familias locales, sin embargo establecen que en caso el estudiante solicite, pueden contactar a hospedajes cerca de la escuela. De las ocho escuelas, sólo una recomienda hoteles específicos a sus estudiantes, en caso deseen hacer los arreglos de forma individual. Otra opción de alojamiento son las casas de pensionistas o de personas que alquilan habitaciones a extranjeros, el precio de esto varía dependiendo de la casa, pero usualmente es preferido por estudiantes que se quedan por temporadas largas en Quetzaltenango.

7. Destinos locales. La ciudad de Quetzaltenango está rodeada de lugares que pueden ser visitados durante el tiempo libre, ya sea contratando los servicios de operadores turísticos u organizando viajes individualmente. Los turistas que asisten a las escuelas de español, visitan muchas atracciones locales, entre las cuales sobresalen: volcanes, pueblos y mercados aledaños, aguas termales, lagunas, etc.

8. Alimentación y entretenimiento. En la ciudad de Quetzaltenango, existe una amplia variedad de bares, cafeterías y restaurantes, la mayoría ubicados en el centro de la ciudad o áreas circundantes. Los precios varían dependiendo del lugar, pero la mayoría suelen ser bastante accesibles. A pesar de que los servicios de alimentación están incluidos en el paquete de las

escuelas, el 35% de los estudiantes mencionó que visitó restaurantes y bares durante su visita a Quetzaltenango.

9. Artesanías. En la ciudad de Quetzaltenango es posible adquirir artesanías locales y de toda la región. Existe una gran cantidad de tiendas que se dedican a la venta de artesanías locales y de todo el país. Así mismo, es posible observar vendedores ambulantes que ofrecen productos a menor costo, la mayoría vende sus productos (tejidos principalmente) directamente en las escuelas de español, realizando visitas semanales a los centros de estudios que así lo permiten. Algunos talleres se dedican a la producción y elaboración de artesanías locales, tales como: tejidos, muñecas artesanales, vidrio soplado, pinturas y otros objetos decorativos.

10. Café internet. En Quetzaltenango, es posible acceder a internet desde varios negocios o “cafés” que ofrecen servicios de internet a bajo costo. El 55% de los entrevistados indicó que utilizaba los servicios que ofrecen los Café Internet de la ciudad, algunos manifestaron utilizarlo cuándo no pueden utilizar el de la escuela, o están fuera de ella. En algunos cafés o restaurantes es posible tener acceso a internet inalámbrico, por consumo de alimentos. Esta opción también es utilizada por algunos estudiantes.

11. Guías de turismo. La mayoría de guías de turismo de la ciudad, brindan sus servicios al trabajar con empresas que proporcionan servicios turísticos. El instituto Guatemalteco de turismo (2006) reporta 6 guías locales de turismo para la ciudad de Quetzaltenango, algunos de ellos son propietarios de empresas turísticas. También existen guías que trabajan directamente para operadores de turismo, sin embargo no me fue posible identificar si los mismos están inscritos ante el INGUAT como guías locales.

12. Otros servicios. Durante el taller de mapeo de la cadena de valor, los miembros de la Asociación identificaron distintos prestadores de servicios que son utilizados por los turistas. Dentro de estos señalaron: gimnasios, lavanderías, mercados locales, supermercados y bancos, entre otros. Al preguntarles si han tenido algún acercamiento con alguno de los prestadores de servicio antes mencionados, indicaron que no lo habían hecho al momento de realizar la actividad.

IV. DISCUSIÓN

A. Caracterización de la oferta de ACEEQ

La información obtenida mediante investigación en fuentes secundarias constituyó la base principal para la caracterización de la oferta de las escuelas de español de la ACEEQ. A lo largo de mi investigación encontré muchos documentos que mencionan el turismo idiomático como una actividad importante para la generación de turismo a nivel local, incluso al ingresar la palabra “Quetzaltenango o Xela” en los principales navegadores de internet, los primeros resultados asocian Quetzaltenango con el aprendizaje de Español. Por ejemplo el sitio de internet de la guía Lonely Planet (2009) indica que la ciudad atrae a viajeros más serios, personas que desean aprender español e involucrarse en proyectos de voluntariado. Pese a todo esto, no existen estudios a profundidad sobre el turismo idiomático en el municipio.

El proceso de validación de la información resultó ser efectivo y rápido, los directores de cada escuela se mostraron bastante interesados en el proceso y proporcionaron datos adicionales que fueron útiles para caracterizar la oferta de las escuelas de la Asociación. Al finalizar el proceso de sistematización de la información, decidí realizar el levantamiento de textos para el desarrollo de hojas informativas, un producto que no había sido tomado en cuenta al inicio del trabajo. El texto completo, podrá ser utilizado por las escuelas de la Asociación como una herramienta de promoción de bajo costo (luego de contratar a un especialista para realizar el diseño y la diagramación) y cuenta con la información necesaria para establecer contacto con clientes potenciales.

Los paquetes que ofrece cada una de las escuelas de la asociación, contiene información que varía dependiendo de la escuela, que en algunos casos no logra transmitir una idea del servicio que proporcionan. Algunas escuelas no publican los precios de todos sus paquetes, otras indican que todos tienen el mismo valor. Considero que el hecho de ofrecer varios paquetes es bastante favorable pues se está intentando satisfacer varias necesidades, sin embargo es necesario que cada escuela identifique los costos reales de sus servicios para fijar los precios y realice pequeños sondeos de mercado con los estudiantes que visitan las escuelas para

evaluar si existe una demanda potencial para los demás paquetes que ofrecen, de ser así podrían seleccionar que programas podrían ofrecerse a nivel de la Asociación.

La estadía con familias locales se practica en todo el mundo y es el tipo de alojamiento más popular para estudiantes extranjeros (Campbell y Xu 2004). En el caso de las Escuelas de la ACEEQ este servicio está incluido dentro de los paquetes de inmersión total, y según la Asociación, la mayoría de estudiantes que visitan Quetzaltenango se hospedan con familias locales. Cada escuela ha establecido relaciones de exclusividad con la mayoría de familias que prestan este servicio, sin embargo la disminución del número de turistas en los centros de estudio de la ACEEQ ha provocado que muchas familias contacten a otras escuelas que sí tienen alumnos para asegurar ingresos económicos, dando como resultado la baja en los estándares solicitados por la Asociación para ofrecer alojamiento a sus estudiantes. Para solucionar este problema, las escuelas de la ACEEQ podrían establecer acuerdos de trabajar con las mismas familias, así no habría necesidad de que hicieran acuerdos con otras instituciones y se asegure una demanda más estable que no afecte la calidad de servicios.

Las actividades semanales son una opción excelente para los estudiantes que visitan las escuelas de la Asociación, pues ofrecen alternativas de entretenimiento, reforzando el aprendizaje del idioma. Observé que cada escuela ofrece una amplia variedad de actividades organizadas por coordinadores o maestros de la escuela; esto representa un gasto adicional para cada centro de estudios que paga una cantidad adicional al encargado, además de cubrir el costo de los materiales que se utilicen durante la actividad; esto hace que las escuelas incurran en gastos que posiblemente no han sido incluidos en el paquete estándar, pues la cantidad de actividades o materiales varía dependiendo del número de estudiantes. Sin embargo, esto representa costos adicionales que no son cubiertos por la cuota de los estudiantes, por lo que si se realizan actividades en cada una de las escuelas, todas podrían reducir los costos variables que representa la implementación de estas actividades.

Las escuelas de la Asociación promueven proyectos e iniciativas que mejoren la calidad de vida de los habitantes del departamento de Quetzaltenango. Actualmente, dos centros de estudio mencionan en su página de internet que destinan una porción de sus ganancias netas a programas de desarrollo, siendo estos: becas a niños y niñas de escasos recursos. El resto de escuelas

menciona que coordina proyectos de voluntariado con organizaciones locales, clínicas y escuelas rurales, entre otras entidades que requieren asistencia de voluntarios. Este servicio es una fortaleza para la Asociación, si la actividad se realiza de manera ordenada y transparente. La información disponible varía dependiendo del centro de estudios, se me indicó que esto se debe a que los proyectos van cambiando con el tiempo; esto es una situación que debería ser atendida por las escuelas que conforman la Asociación, puesto que genera confusión para los que visitan la página o bien crear falsas expectativas.

Los servicios adicionales les permiten a los estudiantes organizar o adquirir servicios tales como transporte y/o hospedaje hacia Quetzaltenango, comunicarse a su lugar de origen en las instalaciones de la escuela y satisfacer otras necesidades que usualmente no se toman en cuenta. La disponibilidad de internet es un servicio importante, en la actualidad las tarifas de la telefonía nacional, permiten a las escuelas ofrecer el acceso a internet como un servicio sin costo, sin embargo es importante recordar que esto representa un costo fijo para las escuelas.

Tomando en cuenta todos los servicios incluidos dentro del paquete de inmersión total, pude determinar que su precio, que varía entre \$150.00 y \$180.00, es una opción viablemente económica, y en algunos casos resulta ser una ganga para los extranjeros que visitan la ciudad de Quetzaltenango. Desde el inicio de la investigación, llamó mi atención el bajo precio que se cobra por los paquetes de las Escuelas de la ACEEQ, ya que podría inferir que los gastos fijos superan las ganancias brutas (si es aún más interesante que después de casi tres años el precio continúe siendo el mismo. Esto podría explicarse por dos factores:

- Crisis financiera mundial: El impacto de la crisis global sobre el sector turístico de Guatemala empezó a sentirse a principios del 2009, debido al descenso de visitas que arribaban a nuestro país. Paralelo a esto, durante los últimos años factores como la violencia y la inseguridad han provocado que muchos turistas desistan de viajar a nuestro país. Esto ha reducido la cantidad de personas que visitan Guatemala con objetivos de aprender español, quienes tienen a su disposición una gran variedad de destinos y empresas prestadoras de servicios.

- Cantidad de escuelas en Quetzaltenango: Según datos del Instituto Guatemalteco de Turismo para el 2007 habían 28 escuelas debidamente registradas ante dicha entidad. Sin embargo al corroborar dicha información con los representantes de la Asociación, me indicaron que existían más escuelas que operaban sin estar inscritas y autorizadas, incluso mencionaron que para la época alta (julio-septiembre) surgen nuevas escuelas que operan únicamente durante dicha temporada y luego desaparecen (ACEEQ 2011). Todas estas escuelas cobran precios más baratos, ofreciendo los mismos servicios de las escuelas debidamente legalizadas. Esta razón impide a las escuelas incrementar sus precios, pues habiendo tanta oferta los estudiantes pueden elegir dentro de las opciones restantes, y para los miembros de la Asociación es más importante tener pocos estudiantes que no tener ninguno.

En la actualidad, el objetivo principal de la ACEEQ radica en la promoción del paquete de inmersión total, que beneficiaría de manera uniforme a las escuelas que la conforman. Sin embargo desde el lanzamiento de los folletos promocionales y la página web, la Asociación no ha realizado más actividades para promocionarse. Al consultar sobre el impacto de los esfuerzos de promoción realizados en el año 2009 (información en página web y correo directo) la secretaria de la Asociación me indicó que a la fecha no han sido contactados en referencia a los medios de promoción mencionados anteriormente. También comentó que no se brindó seguimiento a los destinatarios de los materiales impresos. A la fecha, no se ha nombrado a una persona que se encargue del seguimiento a este tipo de iniciativas; una posible razón podría ser la ausencia de un plan estratégico de mercadeo, que podría encaminar los esfuerzos promocionales. La ausencia de objetivos y metas claras es un obstáculo para la fijación de una visión a largo plazo y asegurar la sostenibilidad de los productos, en este caso turísticos.

B. Evaluación de la oferta de ACEEQ

El hospedaje con familias locales es el tipo de alojamiento más solicitado por los estudiantes que visitan las escuelas de la Asociación, un factor importante es que, este servicio ya está incluido dentro del paquete que el estudiante adquiere. A la fecha no existen paquetes que incluyan alojamiento otros tipos hospedaje, tales como hoteles, hostales o apartamentos, este tipo

de servicios podría propiciar alianzas con empresas hoteleras y cubrir un segmento que podría estar interesado en adquirir un paquete con este servicio. Algunos estudiantes manifestaron que la alimentación puede llegar a ser escasa, ya que algunos se quedan con hambre y se ven en la necesidad de comprar alimentos fuera de casa; señalan también que la calidad de los alimentos depende de cada familia, llama la atención que muchos coinciden en que estos no son balanceados, y que a pesar de ser parte de la experiencia, es necesario que planifiquen alimentos sanos y variados, no necesariamente mas caros. La Asociación podría solventar este problema, mediante la facilitación de talleres de planificación y preparación de alimentos, con apoyo del INTECAP, con quien se trabaja para capacitación de maestros.

Durante el periodo en que realicé las entrevistas, la mitad de los estudiantes indicó que no estaba realizando trabajo voluntario debido al tiempo y otros factores. Algunos habían trabajado en instituciones, indicando que la experiencia no había sido favorable, debido a la falta de coordinación interinstitucional. Otros señalaron que era un poco desalentador, llegar a la escuela y observar que a pesar de la gran promoción que se hace en las páginas web en relación a las actividades, no era del todo cierto. El tipo de actividad que los voluntarios pueden desempeñar en algunos lugares, es bastante básica o monótona ya que según indicaron, no son tomados en cuenta por el personal que labora en las instituciones. Por ejemplo, en los casos en que el voluntariado consiste en asistir a los maestros de escuelas rurales, estos no toman en cuenta el apoyo que podría llegar a proporcionar, por lo que la participación de los voluntarios se vuelve casi nula, en otros casos se les solicita que apoyen en la limpieza de las áreas donde se trabaja, lo cual no incentiva a involucrarse dentro de los programas que las escuelas ofrecen. Este sería otro segmento que se podría manejar a nivel de Asociación estableciendo contactos con algunas instituciones u organizaciones locales que reciban voluntarios, y establecer convenios de cooperación entre organizaciones, esto permitiría un compromiso más serio entre ambas entidades y facilitaría el monitoreo de actividades.

Solamente dos escuelas subcontratan servicios de otras empresas para realizar actividades adicionales. En ambos casos, los estudiantes aceptan a bien el hecho de cubrir los costos de las mismas, este tipo de arreglos permite crear alianzas entre empresas, y ayuda a las escuelas a reducir los gastos fijos que implican contar con personal permanente que se encargue de

realizarlas, además de que si se trabaja con personas autorizadas y capacitadas para la prestación de dichos servicios, se garantiza la calidad de los mismos.

Todos los estudiantes están satisfechos con el precio, ya que en comparación con otros destinos es la opción más favorable. Este factor no genera precisamente beneficios para las escuelas de la asociación, ni para la economía local, pues muchas veces este tipo de turistas tiende a buscar maximizar sus beneficios pagando poco, provocando que las empresas sacrifiquen la calidad en la prestación de servicios con tal de obtener ingresos por debajo de sus márgenes de ganancia. Otros estudiantes indicaron que algunas escuelas pagan muy poco a sus maestros y familias, y estarían dispuestos a pagar más si se mejorara el pago a dichos proveedores de servicios. Sin embargo, debido a la cantidad de escuelas que existen en Quetzaltenango, algunos directivos de la ACEEQ consideran que al subir sus precios, los clientes optarían por contratar servicios de escuelas que ofrecen los mismos paquetes por menos dinero. Por lo que prefieren mantener precios que sean atractivos para los turistas, lo cual a nivel interno perjudica a las empresas, en términos de costos y pago de salarios adecuados a quiénes les prestan servicios. Sin embargo, para que las escuelas puedan operar sin generar pérdidas o bajar la calidad de sus servicios, es necesario que los precios se estructuren en base a los costos reales del programa, además de ofrecer valores agregados que permitirían al estudiante seleccionar las escuelas de la ACEEQ sobre otras.

C. Mapeo de la Cadena de Valor de ACEEQ

Al realizar el taller de mapeo el ritmo de trabajo fue fluido y permitió generar ideas interesantes, observé que todos los miembros de ACEEQ están bastante familiarizados con los conceptos relacionados a competitividad y cadenas de valor. En el taller se hizo énfasis en identificar la cadena de valor a nivel local, señalando brevemente los eslabones que la componen a nivel nacional e internacional. En la actualidad, pocas escuelas tienen alianzas con operadores de turismo internacional o agencias de viajes, debido a que hoy en día es posible que el turista contrate la mayoría de servicios por medio del Internet.

Solamente una escuela cuenta con un promotor de ventas en el extranjero, este devenga un sueldo mensual, por manejar la página web y de establecer contacto con los clientes potenciales,

que como señalé en secciones anteriores es un factor importante para el turista, ya que mientras más rápido se establezca contacto entre el proveedor de servicios y el cliente, este adquiere una sensación de confianza que le permite decidirse con más facilidad. Por otra parte, el hecho de contar con alguien que se encargue de hacer las reservaciones y dar seguimiento a clientes, permite al personal de la escuela, dedicarse de lleno a la logística de llegada y concentrar esfuerzos en mejorar los servicios a nivel local, así como atender las necesidades dentro del centro de estudios.

Algunos miembros de la Asociación indicaron que en algunas ocasiones, los estudiantes que han visitado la escuela con anterioridad han brindado apoyo de manera voluntaria en temas de promoción y mercadeo, al regresar a su país de origen; otro caso de promoción a distancia es el de un antiguo maestro de una de las escuelas, quién trabaja en una operadora de turismo danesa, que envía clientes ocasionalmente a la escuela, como es el caso de una de las entrevistadas. Sin embargo, a excepción del primer ejemplo, no existe ninguna alianza formal entre empresas a nivel internacional. Si bien, en la actualidad es posible que los turistas organicen sus viajes por medio de Internet, es importante que no se descarte el establecimiento de alianzas a nivel internacional, ya sea mediante estudiantes o contacto directo con operadores de turismo y universidades en el extranjero.

Como mencioné en la sección de resultados, la mayoría de escuelas subcontratan los servicios de hostales en la Ciudad de Guatemala, sin embargo no existen alianzas directas entre escuelas y hospedajes para promocionarse en conjunto, ya que a excepción de dos hospedajes, las páginas de las escuelas no recomiendan empresas hoteleras o de transporte de la ciudad de Guatemala o de otros destinos del país. Al ofrecer paquetes de enseñanza que incluyan servicios de alojamiento y/o traslado a la ciudad de Quetzaltenango, describiendo los servicios que el turista adquiere, se atiende una necesidad que beneficia tanto al turista como a los prestadores de servicios. Al promocionar distintas empresas turísticas en sus páginas web, se puede generar mayor permanencia en la página, esto además fomenta el turismo a nivel nacional y proporciona información de apoyo al visitante. Es necesario que se implementen paquetes más completos que ofrezcan estas opciones, pero con información precisa, ya que como pude observar, el caso de una entrevistada (alérgica a los animales) que contrató un paquete para pernoctar en Guatemala, y por falta de información tuvo que hospedarse en un hospedaje que tenía perros, poniendo en peligro

su salud. Si se ofrecen paquetes que satisfagan varias necesidades para el turista a un precio razonable, este podría optar por contratar todo el paquete, en vez de seleccionar servicios por separado.

Así mismo, es necesario que los miembros de la Asociación evalúen la posibilidad de establecer alianzas con otras empresas turísticas del país, tales como, hoteles, destinos turísticos, transporte, restaurantes, etc.; estableciendo convenios de cooperación o promoción como señaló anteriormente, con servicios que los turistas utilizan con frecuencia al salir de Quetzaltenango. Esta acción podría implementarse a nivel de Asociación, la inversión de tiempo es mínima y puede traer beneficios para todas sus escuelas miembros, generando valor al producto principal.

El mapa de la cadena de valor, muestra que durante el taller se prestó atención especial a la cadena de valor local, debido a que los miembros de la Asociación tienen más posibilidades de incidir y trabajar para fortalecerla. Es posible observar que a pesar que las escuelas trabajan a nivel de Asociación, todavía existen muchas actividades que podrían realizarse en conjunto para minimizar costos internos y unir fuerzas para alcanzar objetivos, tales como: promoción en conjunto, desarrollo de actividades entre escuelas, y el posicionamiento de la Asociación y sus escuelas a nivel internacional, contratación de personal que labore directamente para la Asociación, entre otras. Al momento de finalizar el presente estudio, aún no se había designado a ningún encargado para dar seguimiento al impacto de la campaña de correo directo a universidades y entidades turísticas a nivel internacional, realizada con el apoyo de la organización Counterpart International; sin embargo a simple vista es posible observar que dicha campaña no fue exitosa ya que para julio de 2011, los miembros de la Asociación no identificaron ninguna empresa o entidad que haya establecido contacto con la Asociación, luego de haber recibido los folletos promocionales. A pesar que a simple vista se puede observar que esta campaña no obtuvo los resultados esperados, es necesario que los miembros de la Asociación establezcan contactos con universidades en el extranjero para formar convenios de cooperación, y así ofrecer programas más completos que permitan a estudiantes extranjeros cursar semestres en Quetzaltenango, aprendiendo español y otros cursos que puedan adaptarse a sus planes de estudio.

Otro aspecto que debe ser evaluado por los miembros de la Asociación es el establecimiento de Alianzas a nivel local, con empresas prestadoras de servicios turísticos, tales

como operadoras de turismo, hoteles, restaurantes y cafeterías o cafés internet, entre otros. Este tipo de alianzas fortalece la oferta de las escuelas, demuestra unidad entre los negocios y permite orientar esfuerzos en conjunto para la promoción del destino y el desarrollo de nuevos productos que beneficien al resto de la economía de la localidad. Las escuelas de la Asociación deben evitar competir con otras empresas que prestan servicios turísticos, como es el caso de la organización de viajes dentro de la localidad, que puede delegarse a agencias especializadas, mediante la subcontratación de servicios. En algunas ocasiones escuché que el personal de las escuelas recomendaba a los turistas no acudir a tour operadores pues estos cobraban precios elevados, este tipo de acciones mal acostumbra a los turistas y se les incentiva a no pagar por servicios de calidad.

En Quetzaltenango, las escuelas ofrecen únicamente hospedaje con familias, este tipo de iniciativas permiten crear nuevas fuentes de ingresos para las personas que prestan este servicio, sin embargo es necesario que se realicen ajustes a las tarifas que dichas familias reciben, pues alrededor del 30% de los entrevistados manifestaron un leve descontento en cuánto a los salarios que las familias locales reciben. Al realizar un análisis de costos efectivo, podría justificarse de buena forma una subida de las tarifas, que beneficiara tanto a familias, maestros y a las escuelas en general. Así mismo, como señalé en el párrafo anterior, se deben buscar opciones de alojamiento con hostales y hoteles de la localidad, esto permitiría acceder a otro tipo de mercados, distinto al que se atiende en la actualidad.

Es posible observar que la mayoría de actores de la Asociación (y en Quetzaltenango en general) han descuidado sus esfuerzos por integrar y fortalecer su cadena de valor. La gran mayoría de actores se concentran en sus propias empresas y en muchos casos se abstienen a realizar esfuerzos de cooperación entre empresas. Existe un sentimiento de competencia desleal en la industria, lo cual desincentiva la generación de enlaces, tales como cámaras, asociaciones interinstitucionales, alianzas estratégicas de negocios o el fortalecimiento de la cadena de valor local, frenando la competitividad del segmento o bien el destino turístico.

De la misma forma, existe un alto nivel de descontento por parte de las escuelas de la Asociación en relación a la falta de apoyo por parte de entidades y gobierno local; la cual se manifestó en varias reuniones de trabajo, si bien esta noción es cierta, es importante el trabajo en

conjunto y la unión de fuerzas a nivel local, para satisfacer las necesidades que no han sido atendidas por las instituciones estatales. Esto podría atraer la atención de organismos de cooperación para el co-financiamiento de actividades, tal como fue el caso del convenio entre Counterpart International y la ACEEQ.

A lo largo de la investigación fue difícil obtener información actualizada sobre los componentes que configuran la oferta de Quetzaltenango y de las escuelas de español, así como estadísticas de turismo en la localidad. Lo cual llama la atención, al considerar que en la ciudad existe una carrera de turismo a nivel universitario, la cual podría facilitar la generación de documentos de gran valor, sin tener que incurrir en gastos adicionales.

D. Recomendaciones para fortalecer la cadena de valor de la ACEEQ

Retomar esfuerzos de promoción de la Asociación y sus escuelas miembro. De ser posible es necesario que se reevalúen los contenidos de la página web (www.xelaspanishschools.org) y se trabaje nuevamente en el diseño de textos de las secciones que la componen. Se debe trabajar en proporcionar información concisa sobre los servicios del paquete de inmersión total, incluyendo información sobre sus escuelas, servicios, enlaces a otras páginas, etc. para que el turista pueda formarse una opinión que lo invite a adquirir el paquete.

Es necesario contratar a un encargado de promoción y seguimiento a los clientes potenciales que soliciten información por medio de la página web. Esta persona debería de encargarse también de crear (en caso no se haya realizado) usuarios en redes sociales como Facebook o Twitter, que se han convertido en medios de promoción gratuita o de bajo costo, para desarrollar estrategias de mercadeo. Otra herramienta de promoción a bajo costo que debe ser evaluada es Google Adwords, que permite publicar anuncios en las páginas de Google y se adecúa al presupuesto de las empresas. Esta herramienta cuenta con una plataforma amigable, y proporciona acompañamiento al usuario para la realización de sus campañas publicitarias.

Si bien, algunas escuelas han tenido contactos en el pasado con universidades del extranjero, se debe trabajar como bloque (a nivel de la Asociación) para ofrecer paquetes

académicos avalados por los centros educativos y trabajar en cooperación para vender paquetes que promuevan estadías más largas en la ciudad de Quetzaltenango. De igual forma podrían establecerse alianzas con universidades locales, quienes podrían ser las entidades encargadas de ofrecer cursos de temas específicos (proporcionando un respaldo más serio a la Asociación) que podría complementarse con los cursos de Español impartidos por las escuelas de la ACEEQ, quienes a su vez estarían encargados de la administración de dichos programas de estudios.

Establecer alianzas con empresas y destinos turísticos para promocionarse en portales de internet a nivel internacional, nacional y local. A nivel internacional, la ACEEQ debe solicitar al INGUAT que incluya al menos la dirección de enlace de la Asociación en su sitio de Internet (www.visitguatemala.com), bajo la sección de escuelas de español. De igual forma se pueden establecer alianzas con hoteles, destinos y otras empresas proveedoras de servicios turísticos para aparecer en secciones de enlaces, algunas empresas de Quetzaltenango han implementado este tipo alianzas, que generan tráfico a sus páginas web.

Otra opción que podría ser interesante consiste en desarrollar mecanismos para que los estudiantes que visitan sus escuelas actualmente, se encarguen de promocionar la escuela al regresar a su país, y en lugar de pagarles un sueldo, se pueden elaborar cupones validos para canjear horas de instrucción de español, al contratar cierto número de horas, en caso visiten nuevamente la escuela.

Se debe realizar una readecuación de los presupuestos de los paquetes que brindan las escuelas de la Asociación, a partir de una evaluación de los costos reales que implican los servicios y actividades que se incluyen dentro de sus paquetes turísticos. Esto les permitirá evaluar un aumento en sus tarifas que permita recaudar ingresos que puedan redistribuirse en las distintas actividades de las escuelas, sin afectar los presupuestos generales de cada una.

Recomiendo que los miembros de la Asociación evalúen si es factible promover en conjunto alguno de los paquetes que ofrecen individualmente, por ejemplo el programa de Español para Medicina o impulsar el programa de semestres universitarios en conjunto con universidades locales. Un primer paso sería realizar un breve sondeo de mercado al consultar

a sus estudiantes si existen otros paquetes que podrían llamarles la atención. Este ejercicio puede utilizarse a nivel de escuelas, para analizar si sus paquetes realmente atraen a un segmento de la demanda potencial; pues de lo contrario, al tratar de abarcar distintos espacios, se descuida la promoción de los paquetes que realmente atraen a los turistas. Si las escuelas desean continuar ofreciendo todos los paquetes que actualmente ofrecen individualmente, es necesario que se trabaje en mejorar la calidad de la información contenida en sus páginas de internet, que en la actualidad es bastante general y puede causar confusión entre quienes visitan sus páginas de internet.

En relación al programa de enseñanza, se debe poner atención especial al desarrollo continuo de programas de capacitación a maestros en temas de enseñanza, atención al cliente y en inglés. Esto puede gestionarse con instituciones tales como el INTECAP, INGUAT o entidades de cooperación que estén presentes en Quetzaltenango. Durante la fase de entrevistas a estudiantes, muchos señalaron la importancia de actualizar las bibliotecas y el material didáctico que los maestros utilizan para impartir sus clases, es necesario que se preste atención especial a este aspecto pues mejora la calidad de la enseñanza.

Debe prestarse mayor atención en cuanto a la calidad los servicios de alojamiento con familias locales, esto se puede realizar mediante visitas a las familias cada vez que reciban estudiantes para evaluar los servicios que proporcionan. Así mismo es necesario evaluar si el espacio disponible satisface las necesidades de los turistas, pues en algunos casos (cuando son parejas) el espacio puede llegar a ser limitado. Un factor importante para dar seguimiento, es la alimentación que reciben los estudiantes, ya que muchos comentaron que a pesar de no ser mala, suele estar mal planificada. Es necesario que se realicen talleres de preparación y planificación de alimentos, este aspecto genera un valor agregado al turista.

Los miembros de la asociación deben considerar seriamente trabajar en conjunto en algunas áreas de sus programas, en el caso de las actividades extracurriculares, se podrían realizar mensuales que designen una actividad a desarrollarse en cada escuela, esto fomenta las relaciones entre estudiantes y se reducen costos internos. Las actividades deben estar orientadas al segmento de mercado que están atendiendo, por esto es importante mantener

registros actuales que permitan conocer el perfil de los turistas que visitan las Escuelas de la Asociación.

En relación a los viajes cortos, deben evaluar la posibilidad de subcontratar servicios de tour operadores o bien dejar de ofrecerlas dentro de sus actividades y fomentar la adquisición de paquetes turísticos en la localidad, beneficiando el turismo en la región. De igual forma, la Asociación debe estudiar distintas iniciativas o proyectos de la localidad con quienes puedan establecerse convenios de cooperación para recibir voluntarios inscritos en las escuelas de la ACEEQ, esto permitiría desarrollar programas en los que los voluntarios puedan realizar aportes significativos a los proyectos y exista seguimiento por parte de los directores o encargados de voluntariado de las escuelas de Español. Se deben establecer códigos de conducta, con lineamientos generales tanto para voluntarios como iniciativas que permitan obtener mejores resultados y promover iniciativas que tengan impactos positivos para ambas partes.

Para fortalecer la cadena de valor a nivel nacional y local, se deben establecer alianzas estratégicas que permitan complementarse y mejorar su competitividad a nivel internacional, para iniciar este proceso podría iniciarse con los proveedores identificados en la figura 2., del documento, esto permitiría crear alianzas desde adentro que además de ser un esfuerzo que refleja unidad, se constituirá una oferta más fuerte. Las alianzas locales deben crearse a corto o mediano plazo, pues estos son los productos que complementan la oferta de turismo en Quetzaltenango. Previo al establecimiento de las alianzas, la Asociación debe definir necesidades, objetivos y productos esperados para negociar la creación de nuevos productos o fortalecer los que ya existen. Los miembros de la Asociación pueden realizar sondeos cortos que busquen identificar que servicios podrían mejorar la competitividad a nivel internacional. La información puede generarse con apoyo de estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Hoteles y Restaurantes de Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango, facilitando espacios de investigación para los estudiantes de licenciatura.

V. CONCLUSIONES

- Las escuelas de la ACEEQ, cuentan con programas de inmersión total, capaces de competir con otros destinos a nivel mundial, contribuyendo a la generación de ingresos a nivel local, mediante la llegada de turistas. Las mismas, atraen a un segmento de mercado con intereses de aprendizaje y proyección social, dispuestos a permanecer en la ciudad por temporadas largas, a diferencia del turista promedio que visita el país.
- La ACEEQ ofrece una amplia variedad de programas, que satisfacen las necesidades de los turistas, al proporcionar servicios de hospedaje, alimentación, actividades adicionales, etc., a precios sumamente accesibles, en comparación con otros destinos a nivel nacional e internacional.
- La información generada en este estudio, podrá ser utilizada por las escuelas de la Asociación para diversos propósitos tales como promoción en distintos medios, unir esfuerzos para el levantamiento de estadísticas a nivel local, y dar seguimiento a la evaluación de satisfacción de los visitantes que asisten a las escuelas, la implementación de un plan de acción a partir de las recomendaciones permitirá a los asociados orientar actividades que les permitan fortalecerse a nivel asociativo y buscar apoyo con otras entidades que les ayuden a generar información constante para desarrollar su oferta turística.
- De igual manera, la información recabada sobre el perfil del turista que visitó Quetzaltenango durante la fase de entrevistas, no es representativa, pero constituye un primer esfuerzo para conocer más a fondo el tipo de turistas que visita la ciudad de Quetzaltenango; además permitió conocer la percepción de los turistas entrevistados, en relación a los servicios proporcionados por las escuelas de la Asociación; el monitoreo de la calidad en los servicios permite obtener retroalimentación que ayuda a la toma de decisiones y mejora en la calidad de servicios que se proporcionan.

- Durante el presente estudio, pude determinar que los visitantes de las Escuelas de la ACEEQ son viajeros independientes, la mayoría provenientes de Estados Unidos, con un rango de edad que oscila entre los 26 y 35 años de edad; los motivos principales para adquirir los servicios de las escuelas de Español de Quetzaltenango son el precio y la facilidad que existe para practicar el idioma, en comparación con otros destinos del país, que ofrecen paquetes con precios más elevados y es más fácil comunicarse en otros idiomas (principalmente inglés) debido a la cantidad de turistas que los visitan.
- Las recomendaciones planteadas para fortalecer la cadena de valor de la Asociación, deben ser utilizadas como base para definir planes de acción que permitirían obtener resultados positivos para las escuelas miembros de la ACEEQ, la mayoría de ellas no requieren esfuerzos máximos para su implementación, y podrían ponerse en práctica a principios del año 2012, el monitoreo de los resultados permitiría de igual forma evaluar si es necesario continuar con las actividades o buscar nuevas formas que permitan mejorar la actividad turística y fortalecer la cadena de valor del sector de escuelas de español.
- Durante la realización del presente estudio, pude observar que si bien, la promoción de la Asociación es uno de los objetivos principales de los miembros que la conforman, los esfuerzos realizados han sido escasos. Esta falta o ausencia de esfuerzos unificados ha perjudicado las ventas de las escuelas de la Asociación, pues no promueve un objetivo unificado de mercadeo de servicios. Pude observar que dentro de la cadena de valor local, directamente relacionada a las escuelas de español, existen eslabones que presentan cierta debilidad, tales como las actividades adicionales y los proyectos de voluntariado, que como señalé en secciones anteriores, podrían implementarse en conjunto, fomentando la unión entre los miembros de las escuelas y fortaleciendo sus relaciones y así disminuir en alguna medida la desconfianza o sentimiento de competencia entre asociados.
- Es importante que los esfuerzos de la Asociación se concentren en la creación de alianzas con otros prestadores de servicios turísticos, pues a lo largo de la realización del presente estudio fue posible observar la desarticulación del sector turístico en Quetzaltenango, las

alianzas se pueden determinar a partir de objetivos claros que permitan beneficiar a ambas partes (escuelas y prestadores de servicios turísticos) evitando una posible monopolización de la actividad turística. Las escuelas de la Asociación deben promover dentro de sus estudiantes, la adquisición de servicios de operadores locales, restaurantes, cafés, y otros elementos que configuran la oferta local; esto conllevaría beneficios tanto para los miembros de la ACEEQ como para el turismo en general.

V. RECOMENDACIONES

Dada la importancia del papel que juegan los centros de estudios de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango en el turismo de la localidad, se deben generar esfuerzos a nivel interno para organizar y reimpulsar programas de promoción a nivel internacional. Las instituciones de la ACEEQ, poseen conocimientos y cuentan con experiencia para liderar procesos de gestión y mercadeo, que les permitirán posicionarse a nivel mundial.

Promover a nivel local un espíritu competitivo que fomente la creación y el fortalecimiento de la cadena de valor de la Asociación; promoviendo la confianza, flujo de información y el trabajo en equipo, para crear un ambiente en donde situaciones que beneficien a todos los miembros de la cadena. Para esto se deben formular objetivos estratégicos y metas claras, y de ser posible establecer cronogramas para evaluar el cumplimiento de las actividades.

Las escuelas de la Asociación deben solicitar apoyo de las entidades municipales de turismo, para que se establezcan lineamientos de calidad y buenas prácticas, para que todas las escuelas que estén debidamente acreditadas ante el Ministerio de Educación y el INGUAT deban cumplir. Esto fortalecería y respaldaría los servicios que las escuelas proporcionan, ya que las escuelas que llenen esos requisitos podrían recibir un sello de calidad. De igual manera debe designarse a una persona encargada de monitorear cada año que todas las escuelas cumplan y mantengan dichos estándares.

De igual manera se debe crear una campaña de concientización a los turistas actuales y potenciales que visitan Quetzaltenango, para que seleccionen instituciones que cumplan con los requisitos definidos dentro de los lineamientos para el buen funcionamiento de las escuelas. Esta campaña podría llevarse a cabo dentro de la ciudad de Quetzaltenango y en las páginas web de las escuelas y de la Asociación.

Generar información concisa sobre estadísticas de turismo en la región, y realizar sondeos de opinión para conocer la percepción de los turistas que visitan Quetzaltenango. Tomando en cuenta la importancia del turismo lingüístico en la región, es necesario que se desarrollen

iniciativas que fomenten y promuevan la generación de información que pueda ser utilizada para el diseño de nuevos emprendimientos turísticos y sirva de base para desarrollar estudios a largo plazo sobre el comportamiento del turismo en la región. Se deben establecer relaciones de cooperación con universidades públicas y privadas para la generación de documentos, avalados por el INGUAT.

Realizar un estudio de mercado a profundidad, en el cual se identifique al mercado meta del turismo lingüístico y conocer sus gustos, expectativas y necesidades; permitiendo la readecuación de programas que fomenten el turismo interno y la distribución de ingresos a nivel local.

Formular y gestionar programas de capacitación para el sector turístico en áreas de atención al cliente, enseñanza, mercadeo y promoción, entre otros; los mismos deben gestionarse ante entidades públicas, privadas y de cooperación internacional.

Si bien, a lo largo de los años se ha podido observar que existe poco interés por parte del INGUAT para apoyar el turismo lingüístico, es necesario que los miembros de la ACEEQ, retomem negociaciones que permitan realizar estrategias de promoción que incluyan el turismo lingüístico, tomando en cuenta el auge que está teniendo en la actualidad. Esto podría realizarse bajo el marco de las mesas de escuelas de español (lideradas por el INGUAT) y se atiendan las necesidades del sector turístico; esto mejoraría la sensación de falta de apoyo por parte de dicha entidad gubernamental, percibida por el sector turístico.

VI. LITERATURA CITADA

- Anderson S., D Sweeney y T Williams. 2003. *Estadística para Administración y Economía*. Thomson Learning. México, DF. 880 pp.
- Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango. 2009. ACEEQ. Quetzaltenango. 2pp.
- Anton, J. y F. Oliva. 2002. *La innovación en la gestión turística: Las nuevas estructuras organizativas turísticas*. Revista Madrid (4): 7-11.
- Aranda E. y A. Molina. 2007. *Enseñanza del español como recurso turístico en Castilla – La Mancha*. Boletín Económico de ICE. 8pp.
- Baralo, M. 2006. *Enseñanza de Español y Turismo: Las Estancias Turísticas*. Mosaico. (20): 32-36.
- Bernal, C. 2006. *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades, y ciencias sociales*. Pearson Educación. Estado de México. 304 pp.
- Cabrera 2006. *El Mundo habla Español*. 2ª. ed. Ministerio de Educación y Ciencia., España. 392pp.
- Fries, R., M. Correa., D. Pool y A. Rodríguez. 2006. *Nature Oriented Tourism in Ecuador: An assessment Applying the Value Chain and Nature, Wealth and Power Frameworks*. United States Agency for International Development. 62pp.
- Gandara 2005. *Demanda Turística para Destinos Urbanos*. 15pp.
- Gibbs, G. 2007. *Analyzing qualitative data*. SAGE publications, Ltd. London. 158pp.

- Herranz 2006. *El turilingüismo en España: actitudes y preferencias de los estudiantes universitarios estadounidenses de E/LE*. Madrid. 103pp.
- INGUAT. 2003. *Política Nacional de Ecoturismo. Formulada en el marco de la Estrategia Nacional de Ecoturismo*. Guatemala. 63pp
- Lafont, L., Morales, H y Zabalza, E. 2003. *Sondeo de Mercado Proyecto Puerta al Mundo Maya, Candelaria y la Huella. Ciudad de Guatemala*. 16 pp.
- Losano, P y A. Tagliorete. AÑO. *Estudio de la cadena de valor generada por el avistaje de ballenas en Puerto Madryn, Chubut (R.A)*. Buenos Aires. 20pp.
- Matas, A., J. Iglesias y C. Lima 2006. *Análisis de la Oferta Turística: Estudio Mediante Muestreo. Observatorio Turístico Marbella 2004*. Marbella. 95pp.
- Overseas Development Institute. 2007. *Assessing how tourism revenues reach the poor*. London. 5 pp.
- Patton, M. 2002. *Qualitative research and evaluation methods. 3 edición. Sage publications*. London. 20 pp.
- Richards 2008. *ALTO's Global Directions in Language Travel, 2008*. WYSE Travel Confederation. 36pp.
- Román 2009. *Funcionamiento e impacto en la generación de empleos de las escuelas de español en Quetzaltenango. Universidad de San Carlos de Guatemala*. Quetzaltenango. 65 pp.
- Rosales, H.; *Vicepresidente, ACEEQ. Comunicación personal 2009*.
- Tapper R., y X. Font 2006. *Tourism Supply Chains Report of a Desk Research Project for the Travel Foundation. Universidad de Leeds*. 25 pp.

- Toselli, C. 2003. *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Gestión Cultural*. Buenos Aires. 12 pp.
- United States Agency for International Development (USAID) 2006. *Briefing Paper: Value Chain Approach to economic growth and poverty reduction*. Washington. 4 pp.
- Wearing, E. 1999. *Ecotourism: impacts, potentials and possibilities*. Oxford Buttherworth/Herman. London. 163 pp.
- Willet, B. 2007. *Ethnic Tourism and indigenous activism: Power and Social Change in Quetzaltenango, Guatemala*. University of Iowa. 286 pp.

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS CONSULTADOS:

- Anónimo 2007. A new Approach to Language Learning: The Language Coaching. En: <http://www.prlog.org/10039842-new-approach-to-language-learning-the-language-coaching.pdf>], [con acceso 22 de abril de 2009].
- Anónimo. 2008. Los 10 idiomas más hablados del mundo. México. En: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/los-10-idiomas-mas-hablados-del-mundo>], [con acceso el 13 de abril de 2009].
- Federación de Escuelas de la Lengua Española 2008. Plan Estratégico del Turismo Idiomático. En: <http://blog.fedele.org/?s=espa%C3%B1a+2007> > [Con acceso el 22 de abril de 2009].
- Renau 2000. Aprender y enseñar idiomas. En: <http://www.educaweb.com/esp/servicios/monografico/idiomas/editorial.asp> > [con acceso el 16 de abril de 2009].

Villar A 2007. Destinos turísticos argentinos en Internet: Un análisis de los sitios gubernamentales. En:
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=vvvvvvvS1851-17322007000300002&lng=es&nrm=iso [Con acceso el 24 de abril de 2009].

Servicio de Información Municipal (INFORPRESS) 2003. Quetzaltenango. En:
<http://www.inforpressca.com/quetzaltenango/>, [Con acceso el 16 de abril de 2009].

Vilches, A., D. Gil., J. Toscano y O. Macías. 2008. Turismo Sostenible. En:
<http://www.oei.es/decada/accion09.htm>, [Con acceso el 23 de mayo de 2009].

VII. APÉNDICE

I. Formato de Recopilación de Información para Escuelas de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, Guatemala

Fecha: ____

1. Nombre de la institución:
2. Propietario/Responsable:
3. Dirección
4. Teléfono
5. Correo electrónico:
6. Web:
7. Programas que ofrece (descripción):
8. Actividades adicionales incluidas en paquete de estudios:
9. Opciones de alojamiento:
10. Opciones de voluntariado:
11. Medios de promoción utilizados:
12. Servicios adicionales:
13. Costo de programas:
14. Capacidad máxima de estudiantes (real)
15. Otros:

APÉNDICE II

Formato de entrevista a estudiantes de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango

Escuela: _____

Fecha: _____

Estimado estudiante. La siguiente encuesta es parte de una investigación que pretende caracterizar la oferta y la demanda turística de las escuelas que conforman la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango. Se pretende determinar el perfil del visitante que visita Xela y conocer su opinión en cuanto a los servicios utilizados durante su estadía.

1. Nacionalidad: _____
2. Edad: 18-25 26-35 36-45 46-60 Mayor de 60
3. Género: F M
4. Estado civil: Soltero _____ Casado: _____
5. Profesión: _____
6. ¿Cómo viaja?
 Solo _____ En pareja _____ Amigos _____ En un grupo organizado _____
7. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Quetzaltenango, desde la ciudad de Guatemala?
 Carro rentado _____ Bus público _____ Shuttle _____ Pullman _____
 Otro (especifique) _____
8. ¿Cómo organizó su viaje? Operador de Turismo _____ Independiente _____
9. ¿Es la primera vez que visita Quetzaltenango? ¿ por qué seleccionó Quetzaltenango para estudiar español?

10. ¿Cómo se enteró de la escuela de español?

Folleto: _____ Guías Turísticas: _____ Amigos: _____ Internet: _____
 Operadores de Turismo: _____ Otros destinos: Otro(Especifique) _____

11. ¿Cuál fue la razón principal por la cual seleccionó esta escuela para estudiar español?

12. ¿Ha escuchado de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango?

Sí _____ No _____

13. ¿Cuánto tiempo durará su estadía en Quetzaltenango?

14. ¿Qué cantidad (estimado) gastó en TODAS sus actividades durante su estancia en Xela? Por favor sea lo más preciso posible.

Actividad	0 – 150.00	151.00 – 300,00	301.00- 600.00
Estudios			
Hospedaje			
Alimentación			
Entretenimiento			
Viajes a otros destinos			

15.Cuál es su opinión sobre el método de enseñanza?

- a. Clases
- b. Maestros
- c. Materiales
- d. Tareas

16. Opinión sobre servicios de alojamiento (seleccione la opción adquirida)

- a. Familias
 - i. Alimentación

- ii. Habitaciones
 - iii. Área de estudio
 - iv. Atención de familias
 - v. Otros
17. Opinión sobre proyectos de voluntariado (en caso haya participado en alguno)
18. Opinión sobre actividades extracurriculares ofrecidas en paquete de estudios
- a. Charlas
 - b. Lugares visitados
 - c. Clases adicionales
 - d. Otros
19. ¿Piensa que el precio que pagó por el programa de estudios, es acorde a lo que recibió?
20. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofreciera la escuela dentro del paquete de estudios?
21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por estos servicios adicionales?
22. ¿Qué otros servicios ha adquirido en la ciudad de Quetzaltenango?
- a. Tour operadores
 - b. Compañías de Transporte
 - c. Café internet
 - d. Hoteles
 - e. Guías Turísticos
 - f. Compra de artesanías
 - g. Otros:
23. ¿Piensa visitar otros destinos en Guatemala? ¿Cuáles?

Observaciones: Autorizo a la entrevistadora a contactarme en caso necesite más información para lograr los objetivos de su estudio (opcional). Nombre: E-mail: Firma

APÉNDICE III

Texto propuesto para diseño de hojas informativas de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango

Welcome to Quetzaltenango!

Located in the western highlands of Guatemala, Quetzaltenango is the second most important city of the country, due to its economic and cultural relevance. The climate tends to be cold, but it varies as much as our geography and living culture. The city is an excellent operation centre, which makes it easy to travel to volcanoes, colorful markets, thermal waters, among other places, and offers all the services and commodities that visitors may need.

Despite several earthquakes and volcano eruptions, Quetzaltenango's Historical Center still conserves a splendid design. Parque Centroamérica, known as the Central Park is considered to be the heart of the city, surrounded by modern and neo-colonial styled buildings; by walking across our streets, people easily immerse in a magical environment. The city is surrounded by beautiful towns that come "alive" during market days and local festivals, allowing visitors to discover its cultural treasures, handicrafts and agricultural products.

Quetzaltenango Spanish School Association

In 1997, a group of directors and teachers of Spanish schools in Quetzaltenango, founded "Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango, to work together to strengthen, improve and guarantee the quality of Spanish instruction. ACEEQ schools are specialized institutions that constantly watch over quality standards in their teaching programs, lodging services and all of their activities, in order to offer a wide variety of programs designed for foreigner students.

All of our schools are fully recognized and authorized by the Ministry of Education and Guatemala Tourism Board (INGUAT). We constantly work with public and private institutions to ensure periodical training programs for our teachers.

Every teaching program is designed according to the interests and needs of the student. Some of our program areas include: nursing, medicine, law, business, social work and engineering, among others. We offer a full immersion program that includes:

- Round trip between Guatemala City International Airport and Quetzaltenango.
- 25 weekly hours of one-on-one Spanish instruction.
- Cultural activities
- Visit to colorful towns, lakes, volcanoes and local markets.
- Lodging facilities

The following pages will provide you detailed information about each one of our eight schools. The cost of our packages varies according to the program, for more information please contact us.

Phone: (502) 7761- 4396

E-mail: info@xelaspanishschools.org

Web: www.xelaspanishschools.org

Centro Bilingüe Amerindia

CBA is a learning center, located in the Historical Center of Quetzaltenango. Since its foundation in 1989, the school has been teaching Spanish and several Mayan Languages. The school offers a personalized one-on-one instruction system, based on our students' needs.

Teaching Method

The school's "one-one-one" teaching program starts with a personalized placement test. The Spanish lessons take place on week days (mornings and afternoons) and follow an agenda that contains grammar, written and oral exercises, as well as structured and unstructured conversations. The school offers three packages, which change depending on the amount of hours that the student would like to purchase.

1. Additional activities

School activities reinforce the learning process during one on one lesson; daily activities are organized inside the school and other interesting places around Xela. During weekends the school also organizes trips to other towns or tourism destinations that demand more time. Some of the activities are: conferences, movies, yoga, merengue and salsa lessons; visit to cooperatives, beaches, colorful markets, archaeological sites and natural reserves.

2. Lodging

Living with a host family is the perfect complement for our learning experience. Lodging includes a private room, shared bathroom with hot water, three daily meals, drinking water and laundry services. The school encourages its students to come to Xela and live with local families, which is one of the best experiences for some of our former students during their stay in town. Students are invited to take part of their host families' activities and learn the ropes of Guatemalans lifestyle, our culture and costumes.

Other arrangements: If the student prefers, CBA can recommend different lodging options, depending on budget.

3. Volunteering

CBA is distinguished by its social responsibility through their community. Students can combine Spanish lessons and volunteering activities. There's a wide variety of projects that can help strengthen students' knowledge and provide a valuable working experience. Some of our activities include: social work, education, health, environment, tourism and farming projects; most of them are located in Quetzaltenango and it's surroundings. There's a minimum of four (4) weeks commitment, in order to ensure project's sustainability.

Address: 12 avenida 10-27 zona 1, Quetzaltenango

E-mail: cba.amerindia@gmail.com

www.cbaspanshshoo.com

Phone: (502) 7761- 8535

Web:

Juan Sisay Spanish School

Founded in 1989, Juan Sisay Spanish School has been teaching and improving its teaching methods, in order to get their students to apply their Spanish knowledge in their daily life. Their full immersion program consists of five daily hours, using one on one method. Most of the school teachers have obtained university degree, providing useful information that adapts to each of their students needs.

Programs: The school offers specific programs that fulfill some of their students 'interest in special areas (please visit our website for detailed information)

Medical Spanish
Business Spanish
Anthropology Spanish

1. Additional activities

Every afternoon the school organizes activities that enable students to get a deeper understanding about our country's culture and history; another goal is to promote social interaction between students. Some of these activities include: excursions, conferences, cooking and salsa classes, movies and debates. Most of the activities are free of cost, but students may be required to pay entrance or transportation fees.

2. Lodging

The host family experience is one of the most important parts of the learning experience; house families are located very close to the school, and offer a private room with shared bathroom and three daily meals, seven days a week.

3. Volunteering

The school not only gives a portion of its net profits for social and environmental initiatives, they also promote three volunteering programs described below:

Education for children: the school sponsors elementary school children, by paying schooling fees, uniforms and books. Students can help organize dinners where the children and families spend some time together and discuss school issues and progress.

English for children: Juan Sisay students are invited to take part of the English teaching program in a local school for children. This initiative requires a commitment of at least two months and it is open for current and former students, and runs from February to September.

Reforestation: the school organizes trips to valleys and forests around Quetzaltenango, to plant trees in dry areas; trips are organized according to the amount of students. Seeds and equipment are purchased by the school.

The school has established contacts with "Entre Mundos" organization, a local intermediary between organizations and volunteers; they offer many opportunities that may adapt to students' interest.

For more information:

Address: 15 avenida 8-38 zona 1, Quetzaltenango.

E-mail: mailbox@juansisay.org

Phone: (502) 7765-1318

Web: www.juansisay.org

Kie Balam Spanish School

The school offers programs for people willing to go deep into Latin-American culture, its language, and experiment the beauties of Guatemala. By offering an open and flexible program, students choose the amount of hours they wish to study and set up their own schedule. They start working with one of the experienced Spanish instructors, which adapts a work plan according to their specific needs, while using several learning tools.

Programs:

One-on- One Spanish: Designed especially for each of the students needs, to develop their conversation, listening, reading and writing skills.

Maya Languages course: Developed inside the school or in an indigenous village, an intermediate Spanish level is required.

1. Additional Activities

The school organizes weekly conferences and other cultural and historical activities; at the school's entertainment room, students can play pool, ping-pong and organize chess tournaments. Outdoor activities are also organized on weekdays, and on weekends the school makes longer trips to other tourism destinations. According to personal interests, there is a wide set of courses that include:

- Natural Medicine
- Weaving classes
- Classic Guitar
- Marimba
- Salsa and meringue lessons

2.. Lodging:

Local families provide lodging services, by offering private rooms with shared bathrooms, three daily meals and drinking water. Families are carefully selected and monitored to evaluate student's satisfaction and happiness.

3. Volunteering:

- Health, education and physical therapy
- Organic agriculture and reforestation
- Social work
- Rural libraries
- Recycling

For more information:

Address: Diagonal 12 4-46 zona 1, Quetzaltenango

E-mail: kie_balam@hotmail.com

Phone: (502) 7761-1636

Web: www.kiebalam.com

La Democracia Spanish School

The school provides a total immersion approach which includes a unique one on one experience, combined with cultural activities that provide a wider vision of Guatemala's cultural landscape. Based on its wide experience, there is a variety of intensive Spanish programs to satisfy student's specific requirements; certified teachers provide useful guidance to students in each specific level.

Programs:

Intensive Spanish course: Designed for students in all levels due to its flexibility. The main focus is to develop areas such a grammar and writing, as well as conversation and vocabulary skills.

Spanish for travelers: its approach seeks to develop basic communicational skills for travelers in Spanish, so they are able to develop conversations and have basic information to enjoy their visits in Hispano-American countries.

Spanish for families and children: Children can also take part of the learning experience! This special course is designed just as the intensive program, but includes special activities for children over five (5) years.

Spanish teaching course: The school staff has a wide experience training Spanish teachers from abroad; the program provides all the necessary skills to develop a class.

1. Activities

The school can coordinate weekly activities with other tourism service providers. By taking part on these activities, students can immerse into Guatemala's culture and reality. Activities are optional, and students must pay their transportation, entrance and food fees.

2. Lodging: La Democracia encourages its students to live with host families, that offer a private room with shared bathroom (private bathrooms have an additional cost), three daily meals and drinking water. Students can practice their Spanish and get to know Xela's culture. If the student requires special arrangements, there is a list of hostels that the school can recommend, but must be paid by students.

3. Volunteering

School efforts are oriented to the learning experience, and volunteering options can be arranged with other organizations if the student requires it.

For more information:

Address: 9a. Calle 15-05 zona 3

E-mail: info@lademocracia.net

Phone (502) 7767-0013

Web: www.lademocracia.net

Miguel Ángel Asturias Spanish School

The school receives its name in honor of Guatemala's literature Nobel prize recipient, Miguel Angel Asturias. The school has trained and certified teachers that provide useful skills to their students so they can have a better understanding of Spanish and the reality of Guatemala and Latin America.

Programs:

Spanish: Students receive 25 weekly hours of Spanish instruction with a private teacher. Programs are adapted to students needs with a reading, written and conversational approach. Classes are held in Spanish, so students can learn faster, and depending on their level, work in specific areas such as literature and poetry, and also focus more on conversation.

Medical Spanish: The school offers a specialized program for medicine, veterinary and nursing students; combining Spanish courses with medical terminology. Classes are reinforced with visits to rural clinics and hospitals where students can take part and become involved in health care sciences while learning.

1. Additional activities:

Every afternoon, the school organizes activities that stimulate debate and adventure, introducing a wider perspective of the reality in Guatemala. Trips are organized to places around Quetzaltenango, such as artisan workshops, markets, thermal waters and volcanoes; students can also take part on conferences, dancing lessons and forums. On weekends, if there's an interested group of student, longer trips take place, logistics are provided by the school, but expenses must be covered by students.

2. Lodging

Local families offer three daily meals, private rooms with shared bathroom and a study area. Students develop special bonds with their families by getting involved in their daily activities.

3. Volunteering

Students are encouraged to participate in projects and initiatives that have a positive impact on Guatemalans lifestyles. Some programs include:

- Teaching in rural schools: work in a school as teacher assistant or developing an English class
- Work in organic coffee farms: these are located very close to Xela; volunteer work consists in helping farmers to harvest coffee beans, and collaborate in promoting their products.
- Medical assistance in rural towns: medicine or nursing students are welcome to work in rural clinics and practice their Spanish with patients.

For more information:

Address: 8a. Calle 16.23 zona 1, Quetzaltenango

E-mail: info@spanishschool.com

Phone: (502) 7765-3707

Web: www.spanishschool.com

Minerva Language and Cultural Center

Minerva is a school committed with a responsible Spanish teaching approach; their instructors provide useful skills and tips to every student: The school seeks to develop conversational activities by using dynamic teaching methods that encourage students to start making conversations on day one.

Programs

Intensive Spanish: Starts with an initial evaluation that allow students to discover their strengths and needs; an intensive program is designed based on this results. The program covers pronunciation, writing and comprehension skills.

Spanish for travelers: provides useful tools for students in situations that may occur during their travel through Spanish speaking countries.

Politics, history and economy: The program contains specific information about Guatemala, covering several areas of interest regarding these subjects.

Other programs include: Spanish for children, Ecology, and other personalized programs. Please visit our website for more information.

1. Additional activities

Daily activities allow students to continue their learning process during afternoons. Students learn more about their culture and local customs, most of them are free of charge:

- Dance lessons
- Karate, Tai Chi and Tao
- Conferences
- Movies
- Weaving classes

2. Lodging

Minerva considers that the learning experience is completed by staying with a local family, which offers a private room and shared bathroom, three daily meals and laundry service for an additional cost.

3. Volunteering: The school can provide a volunteering space in the following areas

Teaching in rural or public schools, or helping teachers in their subjects

Rural Clinics: Medicine and nursing students can work in clinics that are located around Quetzaltenango

Work with children with special abilities: ideal for physical and language therapists

For more information:

Address: 24 av, Quetzaltenango

E-mail: escuelaminerva@hotmail.com

Phone: 7765-3707

Web: www.minervaspanishschool.com

Sakribal Spanish School

The school was founded in 1995, with the purpose of providing quality teaching services. It promotes initiatives to develop Quetzaltenango.

Programs:

Spanish: Intensive Spanish lessons are separated in three levels (beginners, intermediate and advanced) adapted to the student's learning needs. Students that want to complete all levels must attend at least three weeks each, to achieve significant results. Courses are held five days a week, using the one on one method, obtaining short term results.

Virtual Spanish: Designed for Sakribal's former students or any other person who wants to learn Spanish at home; students receive tutoring from the school teachers while applying useful learning tools, the main focus of this program consists in developing conversational skills this course allows student to set up their goals and achieve significant results in the amount of studying time.

Spanish while traveling: This program is ideal for visitors that want to travel around Guatemala and learn Spanish; the school organizes the program according to the students' interests, available time and budget. All logistics are arranged prior to their arrival; students are joined by one of the school teachers, concentrating in developing conversational skills.

The school also offers children and family programs, Maya language courses and group courses. For more information visit our web site.

1. Additional activities:

Students can join the school's afternoon activities and get a deeper understanding of the culture and beauty of Quetzaltenango and the western highlands. Some of our activities include: cooking and dance lessons, conferences, visit to cooperatives, museum and towns around Quetzaltenango; activities are free of charge, but students must cover entrance or transportation fees.

2. Lodging:

Students are encouraged to complete their learning experience by staying with a local family. By doing so, students can practice their Spanish knowledge with their family and get involved in the family activities. Families are carefully selected, ensuring that all the necessary requirements are fulfilled; these include a private room with shared bathroom; three daily meals, seven days a week.

Volunteering:

Students are encouraged to get involved in the school initiatives or work in partner institutions, some of them include: health projects, social work, ecology and environment and education.

For more information:

Address: 6a. Calle 7-42 zona 1, Quetzaltenango
E-mail: info@sakribal.com

Phone: (502) 7763-0717
Web: www.sakribal.com

Ulew Tinimit Spanish School

The school offers a tranquil and friendly environment, ideal for learning Spanish; by using one on one approach, the teaching program includes grammar, reading, and conversation. Intensive Spanish courses are taught in all levels; teachers are constantly trained and have obtained university degrees, that can provide useful information for students who have special interests

Programs:

Intensive Spanish: Classes run from Monday to Friday, five hours a day, teachers develop a learning program each week, to work and obtain quick results.

Spanish for medicine students: medicine students can attend this program and choose between alternative or traditional medicine; a program is developed using medical terminology and students can also visit rural communities and work in their clinics.

Spanish for Law Students: the course provides law vocabulary for students who are specialized in international law or Latin-American studies. This program helps them improve their comprehension skills. If desired, the school can arrange internship programs in local law firms or institutions.

Spanish for retirees: Designed for people that are planning to have a longer stay in Quetzaltenango, and are interested in learning Spanish and other aspects about Quetzaltenango's culture.

1. Additional activities: Every afternoon and during weekends, the school organizes activities that provide information about Guatemala's history. Some of the areas include conferences, community work, and trips to local attractions such as thermals, markets or festivities in surrounding towns.

2. Lodging

Most of Ulew Tinimit students stay with local families, to get an insight of living in a traditional Guatemalan family. Families are located very close to the school and offer a private room with shared bathroom and three daily meals.

3. Volunteering

Students may choose between the following activities:

Organic Agro industry

Artisan Support

Rural Education

Medical Project

Alternative Centers of Justice

For more information:

Address: 4a. calle 15-23 zona 1, Quetzaltenango

E-mail: infoulew@gmail.com

Phone: (502) 7763-0516

Web: www.spanishguatemala.com

Apéndice IV

Comparación de Servicios ofrecidos por los miembros de la Asociación Coordinadora de Escuelas de Español de Quetzaltenango

Escuela / Servicio	Centro Bilingüe Amerindia (CBA Spanish School)	Juan Sisy Spanish School	Kie-Balam Spanish School	Miguel Ángel Asturias Spanish School	La Democracia Spanish School	Minera Language and Cultural Center	Sakrihal Spanish School	Ulew' T'initit Spanish School	ACERQ
Opciones de Alojamiento	Curso de Español Intensivo: paquetes de 4, 5 o 6 horas diarias. Método uno-a-uno	Español Intensivo: Programa semanal (lunes a viernes) de 5 horas diarias de español, utiliza método uno - a - uno. Ofrece tres variantes en las que además de aprender español se aplica terminología de acuerdo al tema de elección del estudiante: Medicina, Negocios y Antropología	Español Intensivo: Programa posible permitir al estudiante leer la cantidad de días que desea estudiar. Incluye el método uno-a-uno, n énfasis en conversación, n edición, lectura, escritura. uso de Idiomas Mayas: Se gana dentro de la escuela o alguna comunidad indígena, niza el método uno a uno, se quiere conocimientos prácticos/intermedios de español.	Español Intensivo : Programa de 25 horas a la semana bajo método 1 a 1 en distintos niveles de acuerdo a las necesidades del alumno. Ofrece dos variantes: especializadas: Medicina y Veterinaria, los cursos combinan clases de español y terminología del área de interés que se complementan con proyectos de voluntariado en clínicas rurales y hogares de animales.	Español Intensivo: Curso de 25 horas a la semana emplea método uno a uno. Existen dos modalidades: 1. énfasis en gramática, escritura y pronunciación y 2. énfasis en gramática, conversación, vocabulario y argot. Ofrece las siguientes variantes: español para viajeros, familias y niños. Curso para maestros de español: técnicas de enseñanza para maestros extranjeros, diseñado para estudiantes avanzados, duración 12 semanas. Créditos universitarios: adapta el curso de acuerdo a los requerimientos del centro de estudios del alumno.	Español Intensivo: Cursos de lunes a viernes (3 horas diarias); se desarrolla a partir de las necesidades del estudiante, cubre áreas de pronunciación, comprensión de lectura y escritura. Énfasis en otras áreas: español para viajeros, economía política e historia, antropología maya y ancestral, voluntarios, maestros internacionales, para niños ecología, diseño su programa.	Español Intensivo: Cursos de español en tres niveles, cinco horas diarias de instrucción utilizando el método uno a uno; Otras modalidades: cursos a distancia utilizando el mismo método que español Intensivo; cursos de fin de semana, español para viajeros, clases para familias y niños, medicina en español; Clases a grupos: Paquete especial para grupos desde 5 a 55 personas.	Español Intensivo: Clases de lunes a viernes (5 horas diarias) utilizando el método uno a uno cubre áreas de gramática, comprensión, lectura y escritura. Modalidades: Noviciados: Medicina, Leyes, Cursos para personas retiradas, semestre en extranjero.	Promueve los programas ofrecidos por las escuelas que conforman la asociación. Cada programa se desarrolla de acuerdo al área de interés de cada estudiante. Ejemplos: enfermería, ingeniería, medicina, derecho, negocios, trabajo social.
Opciones de Alojamiento	Familias Locales: Incluido dentro del paquete de estudios: habitación privada, baño compartido, tres comidas diarias, agua potable, servicio de lavandería durante siete días a la semana. Otros arreglos: La escuela puede recomendar hoteles u hostales cerca de la escuela, los gastos corren a cuenta del estudiante. Sin embargo en caso de selección este servicio la escuela susara \$40.00 de la tarifa de estudios	Familias Locales: La escuela coordina hospedaje para sus estudiantes en casas ubicadas en los alrededores de la escuela. El paquete incluye: habitación privada, baño compartido, tres tiempos de alimentación durante 7 días a la semana.	Familias Locales: Habitación privada, baño compartido, tres tiempos de comida, agua potable. Es posible hacer arreglos de alimentación especial.	Familias Locales: Habitación privada, baño compartido, tres tiempos de comida, agua potable.	Familias Locales: Habitación privada, baño compartido tiene (baño privado) tres tiempos de comida (lunes a sábado). La escuela puede recomendar hostales u hoteles en caso el estudiante lo solicite, los gastos son cubiertos por el mismo.	Familias Locales: Habitación privada con baño compartido, tres tiempos de alimentación diaria (incluye fines de semana) es posible hacer arreglos en cuanto a restricciones alimentarias. Es posible contratar servicios de lavandería (costo adicional).	Familias Locales: Habitación privada con baño compartido, tres tiempos de alimentación por siete días a la semana. Si el estudiante prefiere, la escuela recomienda hostales u hoteles cerca del centro de estudios.	Familias Locales: Habitación privada, baño compartido, tres tiempos de alimentación durante 7 días a la semana.	Alojamiento con familias locales o Coordinación de alojamiento en hoteles/ hostales
Opciones de Voluntariado	La escuela coordina varios proyectos dentro y fuera de Quetzaltenango. Algunas opciones incluyen: trabajo social, educación, salud, ambiente, turismo y agricultura. Se requiere un compromiso mínimo de 4 semanas para asegurar la continuidad de actividades.	La escuela dedica una parte de sus ganancias a proyectos sociales y ecológicos. Promueve además 3 proyectos de voluntariado: Educación para los niños (becas para niños de primaria), Inglés para los niños: clases de inglés a niños de escuelas públicas (requiere compromiso de al menos 2 meses) Reforestación: Viajes a distintos lugares de Quetzgo para siembra de árboles. Contacto con organización "Entre Mundos" para distintas opciones de voluntariado.	Promueve involucramiento en áreas: Salud: Clínicas rurales, fisioterapia; Educación: Clases a niños, educación especial; Agricultura y Reforestación; Trabajo Social: mujeres, orfanatos, asilos, guarderías; Apoyo a cooperativas, bibliotecas rurales y proyectos de reciclaje.	Promueve áreas: Educación: clases de inglés en escuelas rurales, apoyo a maestros; Asistencia médica y veterinaria en clínicas y hogares de animales; Apoyo a Pymes; Agricultura sostenible	Coordinación con organización es que ofrecen actividades de voluntariado: clases de inglés, manualidades, construcción, etc.	Clases de inglés en escuela rural de Quetzaltenango. Clínicas Médicas. Apoyo a niños discapacitados	Requieren compromiso mínimo de dos semanas. Proyectos en áreas de: salud, trabajo social, ecología, educación	La escuela apoya proyectos en las siguientes áreas principales: agricultura orgánica, agroindustria, apoyo a artesanos, educación en área rural, medicina, centros de justicia alternativa	Cada escuela ofrece opciones de voluntariado, no se coordina a nivel de asociación.
Servicios Adicionales	Créditos universitarios Recepción en aeropuerto Pago en Línea	Recepción en Quetzaltenango Ubicación en familias Servicio de lavandería (costo adicional) Internet inalámbrico Asistencia Médica 24 horas	Apoyo logístico para recepción en aeropuerto y traslado a estación de bus hacia Quetzgo; Recepción en escuela Internet Inalámbrico;	Créditos universitarios Internet Inalámbrico Recepción en aeropuerto	Recepción en aeropuerto (costo adicional) Recepción de estudiantes en Quetzaltenango, Internet inalámbrico, Servicio de llamadas a USA.	N/D	Logística para recepción en aeropuerto, Internet inalámbrico, uso de Internet (computadoras disponibles) apoyo logístico para organización de viajes	Recepción en aeropuerto (costo adicional) Uso de Internet, teléfono y servicio de fax, cambio de divisas, contacto con tour operadores locales	N/D
Precio por semana	Paquete A: \$142.00 Paquete B: \$165.00 Paquete C: \$188.00	Temporada Baja: \$ 175.00 Temporada Alta: \$185.00	Todos los programas cuestan \$150.00	Todos los programas cuestan US\$150.00	US\$ 175.00	US\$ 175.00	US\$ 150.00	Español: \$150.00 Otras Modalidades \$ 175.00	US\$175.00 (reglamentado)
Medios de Promoción que utiliza	a. Internet b. Boca a oído c. Guías Turísticas d. ONGS e. Promoción local	a. Página Web b. Boca a oído c. Contacto con universidades d. Promoción local	a. Internet/ b. Boca a oído (visitado la escuela en otros años); c. Universidades/ Instituciones en el extranjero	Internet, promoción en USA (contacto) Revistas Internacionales y locales	a. página web b. boca a oído	a. Internet	a. Internet/b. boca a oído, c. grupos o instituciones envían alumnos a la escuela	a. Internet b. boca a oído	a. Internet, b. trifolares