



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

Plan turístico e idiomático para turistas franceses en Andalucía y en Sevilla.

Trabajo Fin de Grado presentado por Águeda Ferrete Galán, siendo la tutora del mismo la profesora D^a Catalina González Melero.

Vº. Bº. de la Tutora:

Alumna:

D.

D.

Sevilla. Mayo de 2017



GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS
TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]

TÍTULO:

PLAN TURÍSTICO E IDIOMÁTICO PARA TURISTAS FRANCESES EN ANDALUCÍA Y EN SEVILLA

AUTOR:

ÁGUEDA FERRETE GALÁN

TUTOR:

D^a CATALINA GONZÁLEZ MELERO

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA FRANCESA

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

FILOLOGÍA FRANCESA

RESUMEN:

El turismo de idiomas es una tipología de turismo emergente en muchos lugares de España “pero que cada vez presenta mayor número de adeptos”. Se trata de una modalidad mediante la cual su práctica lleva consigo ciertas ventajas respecto a otros tipos de turismo como por ejemplo una menor estacionalidad o la explotación de un recurso inacabable, como es el idioma. Mediante la realización del presente trabajo se ha podido conocer qué importancia tiene el español en el mundo y el número de hablantes que existen, los principales países emisores de turistas idiomáticos en España y en Andalucía, y sus principales motivaciones, centrandó la atención en el perfil del turista francés. Por otro lado, también se han estudiado los principales órganos dedicados a la promoción y divulgación tanto del español como de esta modalidad turística encuadrada dentro del turismo cultural, un segmento muy consolidado en España por los grandes recursos con los que este país cuenta.

Además, se ha propuesto un programa idiomático que consta de varios cursos combinado con la realización de actividades culturales y un itinerario de visitas a los lugares con mayor atractivo turístico de algunas provincias o ciudades de Andalucía y, en especial, de Sevilla. Dicho programa se ofrecería a los estudiantes franceses que visiten Sevilla y busquen aprender el español y conocer el rico patrimonio de la ciudad y de la región.

PALABRAS CLAVE:

Turismo idiomático; lengua española; turista francés; cursos de español, visitas turísticas.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. CONSIDERACIONES PREVIAS.....	3
1.2. OBJETIVOS.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DEL TEMA ELEGIDO.....	4
1.2. METODOLOGÍA.....	4
2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO IDIOMÁTICO.....	7
2.1. EL TURISMO Y SU HISTORIA.....	7
2.1.1. Orígenes del término “turismo”.....	7
2.1.2. Datos históricos del turismo.....	7
2.1.3. Datos históricos del turismo en España.....	8
2.2. NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO.....	9
2.2.1. Turismo en cifras.....	9
2.2.2. Nueva diversificación del turismo hacia el turismo cultural.....	10
2.3. TURISMO IDIOMÁTICO.....	12
2.3.1. Definición.....	12
2.3.2. El turismo idiomático en España.....	14
3. LAS GRANDES APTITUDES DE LA LENGUA ESPAÑOLA COMO RECURSO TURÍSTICO.....	17
3.1. EL ESPAÑOL EN CIFRAS.....	16
3.2. EL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA.....	17
3.2.1. Organización del sector.....	17
3.2.2. El español como lengua extranjera en Francia.....	19
4. EL TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA.....	22
4.1. OFERTA DE TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA.....	21
4.1.1. Centros de enseñanza del español en Andalucía.....	21
4.2. DEMANDA DEL TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA.....	22
4.2.1. El turista idiomático.....	22
4.2.2. El turista idiomático francés.....	23
5. LAS GRANDES APTITUDES DE LA LENGUA ESPAÑOLA COMO RECURSO TURÍSTICO.....	26
5.1. ANDALUCÍA COMO DESTINO TURÍSTICO.....	25
5.1.1. Sevilla como destino turístico.....	26
5.2. PROGRAMA DE ESTUDIOS BASADO EN VARIOS CURSOS PARA EL APRENDIZAJE DEL ESPAÑOL.....	27
5.2.1. Opción 1: curso intensivo de español.....	27
5.2.2. Opción 2: Curso Intensivo de español +4h o +8h.....	28
5.2.3. Opción 3: Curso intensivo de español para acreditación del DELE.....	29
5.2.4. Opción 4: Curso Intensivo de español para profesionales.....	30
5.2.5. Actividades culturales incluidas en los cursos.....	31
5.3. PROPUESTA DE VISITAS TURÍSTICAS POR SEVILLA Y ANDALUCÍA.....	32

5.3.1. Primer viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla.....	32
5.3.2. Primer sábado del curso, visitas por la ciudad de Córdoba	33
5.3.3. Primer domingo del curso, visita a la provincia de Cádiz	33
5.3.4. Segundo viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla	34
5.3.5. Segundo sábado del curso, visitas por la ciudad de Málaga	34
5.3.6. Segundo domingo del curso, visita a la provincia de Granada o Málaga	34
5.3.7. Tercer viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla	35
5.3.8. Tercer sábado del curso, visitas por la ciudad de Granada	35
5.3.9. Tercer domingo del curso, visita a la provincia de Huelva	36
6. PARTE FINAL.....	38
6.1. CONSIDERACIONES FINALES Y CONCLUSIONES	37
6.2. INDICACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES.....	38
ANEXO 1: BREVE EXPOSICIÓN SOBRE LOS PRINCIPALES MONUMENTOS Y ENCLAVES TURÍSTICOS PROPUESTOS EN EL PLAN TURÍSTICO.	43
1.1. PRIMER VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA	43
1.2. PRIMER SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE CÓRDOBA	44
1.4. PRIMER DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE CÁDIZ.....	44
1.5. SEGUNDO VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA.....	45
1.6. SEGUNDO SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE MÁLAGA.	45
1.7. SEGUNDO DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE GRANADA O MÁLAGA.....	46
1.8. TERCER VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA	46
1.9. TERCER SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE GRANADA.....	47
1.10. TERCER DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE HUELVA	48
ANEXO 2: IMAGÉNES DE LOS FOLLETOS DISEÑADOS PARA LOS CURSOS, LAS EXCURSIONES Y LAS ACTIVIDADES CULTURALES INCLUIDAS EN LOS MISMOS.	49

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

El presente análisis versará sobre la elaboración de un plan de turismo lingüístico para turistas franceses en la ciudad de Sevilla. Ante ello, se presentarán varios cursos de estudios de español (con una duración estimada de 3 semanas) combinados con la realización de actividades culturales y con visitas por los lugares más emblemáticos de Andalucía desde el punto de vista turístico.

Para ello, inicialmente, se hará necesario el estudio conceptual del turismo, los antecedentes que desencadenaron la aparición de dicho fenómeno, centrando la atención en el turismo de idiomas en España y en Andalucía, como modalidad enmarcada dentro de la tipología de turismo cultural.

Como hemos podido comprobar, en la actualidad, los viajes realizados con la finalidad de aprender un idioma y conocer la cultura de un determinado lugar, resultan ser cada vez más demandados por turistas, ya sean estudiantes o no. Por ello, se estudiará también cómo dicha tipología es solicitada por consumidores de diversa índole y clase (comportamiento de la demanda y procedencia de la misma), enfocando el análisis en el perfil del turista francés.

Además, dentro del actual marco del turismo idiomático, se expondrá el potencial de la lengua española como recurso turístico teniendo en consideración sus cifras.

Otro aspecto a destacar en este trabajo será el estudio de la organización del sector, su estructura. También se investigará sobre los organismos públicos y privados que fomentan su difusión y aprendizaje, sin olvidar los centros dedicados a impartir la enseñanza del español en la región de Andalucía. Por último, se elaborarán folletos de elaboración propia con el fin de presentar tanto el plan idiomático como el plan turístico propuestos en el presente trabajo.

1.2. OBJETIVOS

Ante la realización del presente trabajo de campo, se plantean diferentes objetivos.

Principalmente, el estudio se centrará en elaborar un plan turístico e idiomático para turistas franceses enfocando el aprendizaje y las visitas turísticas en la ciudad de Sevilla y en la Comunidad Autónoma de Andalucía, destinos de gran reconocimiento desde la perspectiva turística, por su gran riqueza patrimonial, gastronómica y cultural. Para ello, se expondrán varias opciones de cursos para el estudio del español, los cuales se compaginarán con el desarrollo de actividades culturales, y un tour por diversos lugares de interés de la región andaluza.

También, se pretenderá:

- Efectuar un diagnóstico sobre el turismo idiomático, como nueva tendencia dentro del turismo cultural y vía para la diversificación en Andalucía, comunidad muy marcada por la demanda de turismo de sol y playa.
- Conocer el potencial de la lengua española como recurso turístico y las organizaciones dedicadas a fomentar el aprendizaje de la misma.

- Por último, habría que analizar también el comportamiento del turista que desarrolla este tipo de actividades culturales, prestando especial atención a las características y preferencias del turista francés.

Para concluir, podrían citarse algunos objetivos secundarios cómo conocer cuáles son los organismos que se dedican a fomentar la difusión y el aprendizaje del español o efectuar un repaso histórico sobre los orígenes del turismo, entre otros.

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA RELEVANCIA DEL TEMA ELEGIDO

La globalización como fenómeno económico, político- social, tecnológico y cultural sobre la que está inmersa la sociedad mundial, hace que los idiomas sean una fuente para la ampliación de los conocimientos y el aprendizaje de nuevas culturas y formas de vida de otros lugares, además de resultar imprescindibles para las relaciones comerciales. Es por ello, que el estudio de un segundo idioma supone un importante requerimiento en el ámbito laboral pues, son palpables las exigencias de empresarios y entes privadas que solicitan candidatos con preparación y estudios en el campo idiomático.

Este hecho favorece el deseo de muchas personas, ya sean estudiantes o no, a iniciarse en el estudio del español e impregnarse de su cultura y costumbres dada su enorme riqueza etnológica. Por ello, resultaría de gran interés analizar, en este caso, qué importancia tiene el estudio del idioma español como lengua extranjera, su relación con la actividad turística y los beneficios que otorga pues, en los últimos años, el turismo idiomático se ha convertido en un modelo turístico con cada vez mayor número de adeptos.

En cuanto a la lengua española, cabe decirse que es una de las lenguas con mayor número de hablantes en todo el orbe, con un total de 567 millones (entre hablantes nativos, estudiantes de español como lengua extranjera y el grupo de competencia limitada). Resulta ser el segundo idioma de comunicación internacional, por detrás del chino mandarín.

1.2. METODOLOGÍA

Al tratarse de un tipo de turismo muy reciente, los datos que han sido analizados para la consecución del presente trabajo no permiten analizar su evolución en el tiempo. No obstante, partiendo del estudio de la evolución del turismo en España en general y del turismo cultural en particular, así como el análisis de las nuevas tendencias en este sector, podemos pronosticar su posible evolución.

Se han consultado, sobre todo, guías de turismo y fuentes estadísticas oficiales de España (INE, Instituto Nacional de Estadística <http://www.ine.es/>) y de Andalucía (IECA, Instituto de estadística y cartografía de Andalucía <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>).

Se han tenido en cuenta, además, datos de diferentes organismos del sector turístico, como el IET (Instituto de Estudios Turísticos <http://estadisticas.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>) o la OMT (Organización Mundial del Turismo <http://www2.unwto.org/es>). Otras fuentes consultadas han sido los informes elaborados por diferentes entidades promotoras del turismo idiomático o del español como lengua, como son PRODETUR (Promoción y desarrollo del Turismo en Sevilla <http://www.prodetur.es/>) y el Instituto Cervantes¹ <http://www.cervantes.es/default.htm>, sin olvidar un gran número de noticias de prensa sobre el tema objeto de estudio.

¹ Institución pública creada por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación en 1991 para promover universalmente la enseñanza, el estudio y el uso del español y contribuir a la difusión de las culturas hispánicas en el exterior.

Además, han sido estudiados diferentes programas educativos en diferentes centros de enseñanza de español en la ciudad de Sevilla, con el fin de elaborar uno o varios cursos acordes a los objetivos propuestos teniendo en cuenta que van dirigidos a turistas franceses y considerando que se tratarán de cursos con duración limitada.

Por otro lado, se ha efectuado una guía de turismo basada en los lugares más llamativos desde el punto de vista cultural para tales consumidores del plan propuesto, siguiendo *el Plan Estratégico de Turismo Idiomático en Andalucía*, 2013 y la *Guía de Turismo Idiomático de Sevilla*, 2014 elaborada por su Diputación provincial <http://www.dipusevilla.es/>.

Por último, como fuentes de información accesorias, han sido consultados varios trabajos de investigación estrechamente relacionados con la materia objeto de estudio, como mesas redondas, y otros trabajos de fin de grado y masters de estudiantes de distintas universidades del territorio español. Estos documentos nos han permitido saber en qué punto se encuentra la investigación sobre este tipo de turismo.

Con el presente trabajo de campo, se pretende abrir paso a nuevas vías de análisis e investigaciones para futuros estudios, así como dar a conocer la modalidad de turismo idiomático como una oportunidad para la diversificación en ciudades con una estacionalidad de la demanda muy marcada y un tipo de turismo cultural basado en cortas estancias, como Sevilla.

CAPÍTULO 2

CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO IDIOMÁTICO

2.1. EL TURISMO Y SU HISTORIA

2.1.1. Orígenes del término “turismo”

Antes de entrar en materia sobre lo que significó y significa esta actividad en Europa y en España, resultaría imprescindible conceptualizar el término “turismo”.

En la actualidad, la Organización Mundial del Turismo (OMT: “Entender el turismo: glosario básico” <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>), define turismo como “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican gasto turístico.”

2.1.2. Datos históricos del turismo

Según la Enciclopedia del Turismo (Jafari,2002), fue en la Edad Moderna, finales del siglo XVI, cuando surge el Grand Tour. Es el antecesor del turismo moderno, cuyo su auge tuvo lugar entre mediados del siglo XVII y la década de 1820, cuando se produjeron los viajes masivos en ferrocarril por el abaratamiento de los mismos. El Grand Tour como viaje formativo debe su origen a los intelectuales humanistas y a los artistas que realizaban viajes a Italia para conocer la cultura clásica. Dicho término aparece escrito por primera vez en una recomendación sobre un itinerario de un viaje realizó el jesuita Richard Lassels llamada *Viaje a Italia* (Lassels,1670).

Los importantes cambios que sufrió la sociedad contemporánea tras la Revolución Industrial iniciada en Gran Bretaña (siglo XVIII) no sólo influenciaron la economía, sino que también alteraron el estilo de vida, la tecnología y el sector industrial de dicha nación y de aquellas de Europa Occidental y América del Norte, que décadas después tomaron relevo de este movimiento. Ya en el en el siglo XIX, tuvo lugar un ciclo de gran expansión económica y científica, y la burguesía se estabilizó socialmente como colectivo dominante, la cual contaba con disponibilidad y recursos para realizar viajes de descanso, de negocios, culturales o de visita a parientes y allegados, es a partir de este momento cuando surge el turismo y los viajes de placer.

Las preferencias del viajero al realizar los viajes fueron modificándose durante todo el siglo XIX. El viajar comenzó a verse como una herramienta para enriquecer el alma y no como una actividad para ejercitar las capacidades intelectuales y el consiguiente provecho para la sociedad por los conocimientos adquiridos en tales desplazamientos. Fueron los viajeros románticos² los que se sintieron atraídos por el exotismo de los lugares, el estudio de su procedencia, sus tradiciones, sus lenguas o sus culturas.

² Romanticismo: movimiento cultural originado en Alemania y en el Reino Unido a finales del siglo XVIII como una reacción revolucionaria contra el Neoclasicismo y lo racional de la Ilustración, confiriendo prioridad a la exaltación de los sentimientos y a la búsqueda de lo extravagante y lo exótico. (Abellán J.L., 1984).

Los viajeros de la época se convirtieron en ensayistas que contaban sus experiencias y perspectivas sobre los viajes realizados en guías y escritos como, por ejemplo, Charles Nodier³, Víctor Hugo⁴ o Prosper Mérimée⁵. Mostraban especial interés por lo lejano y el exotismo de los pueblos. Así, se entendía España en la época romántica, una nación exótica dado el desconocimiento de sus paisajes y culturas, sobre todo, la árabe por la esplendorosa arquitectura y ornamentación de sus edificaciones. "Las cimas de las montañas son para nosotros especies de mundos desconocidos (...) Allí se emparejan, en una especie de himeneo misterioso, lo arisco y lo maravilloso, lo salvaje y lo apacible" (Hugo, 1890).

De todo el territorio español, Andalucía destacaba sobre todas las demás. Un ejemplo de ello, son los relatos de Mérimée mencionando algunas ciudades de dicha región. "Desde que he visto Sevilla y Córdoba, me siento tentado de hacerme turco, todo lo bello y útil que hay es obra de los moros" (Mérimée citado en Abellán, 1984).

Es a partir de este momento cuando, a raíz de la invención de la máquina de vapor, se produce una revolución en los transportes tanto en tierra (ferrocarriles) como en mar (barcos de vapor) reduciendo la duración de los desplazamientos.

Según los datos históricos consultados, los viajes entendidos como desplazamientos vacacionales de altas y medias clases en Europa, tienen lugar desde finales del siglo XIX.

Fue ya en el siglo XX cuando los regímenes del fascismo (entre otros promotores) convirtieron el turismo en un auténtico fenómeno de masas. Se acabó entonces con la visión elitista del turismo y la sociedad por clases (Ledhesma, 2016).

2.1.3. Datos históricos del turismo en España

Según la obra *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural* (Bayón, 1999) en España, el turismo comenzó a tomar relevancia durante la dictadura franquista, etapa, en la cual se produce el verdadero auge del turismo dado el crecimiento económico registrado tras las políticas económicas llevadas a cabo por el Gobierno para acabar con las promovidas durante el periodo de la autarquía. Se trabajó sobre todo por la liberalización de la economía española, por la apertura del país hacia el exterior.

El recibimiento de viajeros, procedentes de Europa o de otras naciones fuera de la misma, favoreció la multiculturalidad y el discernimiento de nuevos valores hasta entonces desconocidos por la población española. Durante esta etapa, se iniciaron los trabajos de acondicionamiento y restitución de viejos edificios e instalaciones, la mayoría de los cuales fueron transformados en hoteles y en establecimientos turísticos, sobre todo en las zonas costeras.

³(Besançon, 29 de abril de 1780 - París, 27 de enero de 1844) bibliotecario, escritor y filósofo de enorme prestigio en el campo de las letras. Escribió algunos relatos sobre sus viajes como, por ejemplo, *Voyages pittoresques et romantiques dans l'ancienne France* (1820) además de colaborar en el cuaderno de viaje *Alpes y Pirineos* (1890) de Víctor Hugo. (Wikipedia, 2017 <https://es.wikipedia.org/wiki/Romanticismo#Etimolog.C3.ADA>)

⁴(Besançon, 26 de febrero de 1802 - París, 22 de mayo de 1885) poeta, novelista y dramaturgo romántico francés. A su vez, fue también intelectual y un político comprometido e influyente en la historia de Francia y en la literatura del siglo XIX. Efectuó numerosos viajes hasta 1871, en los que usaba cuadernos para relatar sus viajes y dibujar los paisajes que presenciaba. (Wikipedia, 2017 <https://es.wikipedia.org/wiki/Romanticismo#Etimolog.C3.ADA>)

⁵(París, 28 de septiembre de 1803 - Cannes, 23 de septiembre de 1870) escritor, arqueólogo e historiador francés. Fue un amante de España aún antes de haber estado en ella. Una vez que la visita, se convierte en su inspiración para sus obras. Su obra más célebre fue *Carmen* (1845). (Wikipedia, 2017 <https://es.wikipedia.org/wiki/Romanticismo#Etimolog.C3.ADA>)

En cuanto a la oferta, cabe decirse que el modelo turístico predominante fue el turismo de sol y playa y el turismo cultural. Ello, favoreció el interés de los turistas por conocer las culturas que habían convivido en España a lo largo de su historia y la visita de los monumentos y edificaciones propias del rico legado histórico heredado de las mismas (herencia árabe, edificaciones medievales, edificios religiosos de gran valor y diversidad arquitectónica, etc.).

Las principales motivaciones que llevaban a los turistas a visitar la Península fueron; el clima, el cual resultaba inmejorable para disfrutar de la costa en verano, y el bajo coste que suponía pasar las vacaciones en la misma pues, en aquella época, el valor de la peseta era más bajo respecto a otras divisas. Éstos provenían del norte del continente europeo, la mayoría eran alemanes, suizos, ingleses y, por último, franceses, en menor medida.

Fue en los años 80 cuando se produce en España el fenómeno del “boom turístico” por el que la modalidad de sol y playa se convierte en un turismo de masas a nivel internacional tras la promoción de la misma a través del marketing. También se promovieron los desplazamientos motivados por las visitas culturales mediante el turismo de interior y comenzó a crecer el turismo nacional.

En los 80, el clima de bonanza económica fue notorio por el importante crecimiento que soportó la economía del país en aquel entonces y que duraría hasta principios de la década de los 90. Este crecimiento se debió en gran medida a los cambios en las políticas económicas implantadas tras el franquismo (aumento de la renta per cápita de los españoles, reconversión del sector industrial y entrada de España en la OTAN⁶ <http://www.nato.int/> y en la CEE⁷ https://europa.eu/european-union/index_es). A su vez, nació el movimiento de la globalización, lo cual benefició al país desde la perspectiva turística, pues fue consolidándose como un potente destino turístico internacional al mismo que tiempo que crecía el turismo nacional y de interior. (Bayón,1999).

A continuación, una vez finalizada la exposición sobre la terminología y los datos históricos o antecedentes del turismo, van a ser analizadas las principales cifras que aporta la actividad turística a la economía.

2.2. NUEVAS TENDENCIAS DEL TURISMO

2.2.1. Turismo en cifras

Como ya es sabido, este sector de actividad está experimentando un crecimiento constante y una amplia diversificación, siendo una de las parcelas de la economía mundial que evoluciona con mayor celeridad.

El volumen de ingresos generados por el turismo podría compararse con los de la exportación de productos y servicios de la industria alimentaria, petrolífera o automovilística, pudiendo llegar a ser superior. Además, este sector resulta ser crucial en naciones en vías de desarrollo, pues supone una de las principales fuentes de ingresos de las mismas, aportándoles gran dinamismo.

Igualmente, se deducen los grandes impactos que genera la actividad tanto en la población como en la economía donde son desarrolladas las actividades turísticas. Esto supone un enriquecimiento cultural de gran relevancia entre ambas partes, turistas y población local.

Resulta imprescindible mencionar la gran trascendencia que posee este sector para la economía de España, siendo uno de los principales sectores que aportan riqueza al país y, por lo tanto, convirtiéndose en un cimiento esencial para el crecimiento de la economía del mismo.

⁶ OTAN: Organización del Tratado del Atlántico Norte

⁷ CEE: Comunidad Económica Europea

A nivel internacional, el sector turístico en España es uno de los más importantes del mundo en cuanto a la recepción de turistas internacionales. Según datos que figuran en el informe *Panorama OMT del turismo internacional, 2016* <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152> España ocupa el tercer puesto como nación receptora de turismo internacional, por detrás de Francia y EEUU, con un total de 68,2 millones de turistas en 2015. En cuanto a los ingresos que recibe de la actividad turística, también se clasifica en tercer lugar, tras EEUU y China, con un total de 56.500 millones de euros en ingresos por turismo internacional en el mismo año.

La Cuenta Satélite del Turismo del INE8 (Cuenta satélite del turismo de España. Base 2010. Serie contable 2010-2015, 2015 http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?path=/t35/p011/base_2010/serie//0/&file=01001.px) constata que el turismo representó el 11,1% del PIB9 español en ese mismo año y la Hacienda española registró una aportación al PIB de 119.011 millones de euros.

Los últimos datos publicados sobre los resultados obtenidos del turismo en 2016 no hacen más que evidenciar el enorme potencial que posee este sector y la riqueza que genera. La actividad turística cerró el año con unas cifras récord superando los 75,6 millones de turistas; 7,5 millones más que en 2015 (+9,9%) y de un aumento del 3,5% del gasto medio por turista, el cual se situó en 1.023 euros en 2016. Igualmente, ha ocurrido con el gasto diario por turista que ha pasado de los 113 a los 138 euros. En total, los turistas internacionales gastaron unos 77.625 millones de euros (+9%) en el ejercicio de 2016.

Según la información consultada, los principales mercados emisores de turistas en el territorio español fueron Reino Unido con 16,9 millones de turistas (12,3% más que en el ejercicio anterior), Francia con 10,76 millones (+7,1%) y, por último, Alemania con 10,73 millones (+6.1%).

Por su parte, Andalucía, registró un total de 10,14 millones de turistas internacionales con una variación de 12,9% con respecto al ejercicio anterior.

Con respecto al 2017, se espera un importante aumento en el número de turistas internacionales, pudiendo alcanzar la cifra de los 83 millones. Esto supondría la llegada de 7,4 millones de turistas internacionales más que en 2016. En cuanto a la demanda turística extranjera, los principales mercados emisores seguirán creciendo a buen ritmo (Francia, Alemania y Reino Unido), según EXCELTUR¹⁰ (*Valoración turística empresarial de 2016 y perspectivas para 2017, 2017* <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Perspectivas-N59-Balance-del-año-2016-y-previsiones-para-2017-web.pdf>).

2.2.2. Nueva diversificación del turismo hacia el turismo cultural

El advenimiento de nuevas formas de turismo se debió en gran medida a la búsqueda de la satisfacción de las exigencias del mercado en un intento de favorecer la

⁸ Instituto Nacional de Estadística: institución adscrita al Ministerio de Economía, Industria y Competitividad a través de la Secretaría de Estado de Economía y Apoyo a la Empresa, tiene entre sus principales competencias la realización de operaciones estadísticas de gran envergadura (censos demográficos y económicos, cuentas nacionales, estadísticas demográficas y sociales, indicadores económicos y sociales, coordinación y mantenimiento de los directorios de empresas, formación del Censo Electoral, etc.

⁹ Producto Interior Bruto: Magnitud macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país (o una región) durante un período determinado de tiempo (generalmente, un año).

¹⁰ EXCELTUR (Alianza para la Excelencia Turística), organización sin ánimo de lucro fundada en 2002 por un grupo de líderes y responsables de las principales empresas turísticas de España con el fin de impulsar el turismo.

diversificación y la regeneración de su oferta, contribuyendo a la mejora de su flexibilidad y competitividad (Bayón, 1999).

Ante la fase de agotamiento o estancamiento, según el ciclo de vida de los productos turísticos expuesta por Butler, que comenzaron a padecer los destinos turísticos de costa por la enorme masificación que sufrieron, se optó por la ordenación de ofertas accesorias a la de turismo de sol y playa dirigidas a complacer las alteraciones del sector y atender las nuevas motivaciones de los turistas, en un intento de crear también subproductos de recreo y ocio que dotasen el sector turístico de mayor competitividad y diversidad (Butler, 1980).

No fue hasta mediados de los años 90 cuando comenzaron a ofertarse y a alcanzar mayor protagonismo en la Península nuevas modalidades turísticas. Esto coincidió con una etapa de recesión económica a nivel internacional influyendo en el turismo negativamente. Además, surgieron nuevos destinos turísticos tanto en el continente europeo como en la zona Mediterránea y se encareció la oferta turística española y la actividad turística perdió rentabilidad, lo cual afectó negativamente al reclamo turístico del país (*Ibid.*).

Ante ello, a mediados de la década de los 90, se optó por incentivar y promocionar la práctica y el disfrute de actividades pertenecientes a otras modalidades de turismo que ya existían, pero aún eran poco explotadas, como eran las referentes al turismo cultural y al rural.

En cuanto a la tipología cultural, podría definirse como “una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico” (Santana, 2003).

Richards (1996) expone que el turismo cultural es un modelo basado en valorar los recursos del patrimonio de un territorio, ya fuesen tangibles o intangibles, siendo como para cualquier otra tipología de turismo, una experiencia. Pues, el turista disfruta de las mismas mediante el aprendizaje y el descubrimiento de la cultura que pretende conocer.

A su vez, el turismo nacional y el turismo de interior alcanzaron gran protagonismo por su crecimiento, el cual venía desarrollándose desde mediados de los años 80. Todo ello favoreció la práctica de nuevas tipologías al aumentar la demanda de actividades turísticas. Se buscó ofrecer nuevas sensaciones a los turistas, en un intento de dar a conocer la cultura, la naturaleza o la etnología de los pueblos de España (*Ibid.*).

La cultura comenzó a ser demandada, ya no sólo por las clases altas y culturizadas de la sociedad, sino que fue conformándose en una actividad con cada vez mayor accesibilidad a todo tipo de consumidores. Este hecho se debió en gran parte al incremento por parte de la sociedad de su nivel educativo. Ello, favoreció la demanda de actividades y productos de índole cultural permitiendo, a su vez, la disminución de la estacionalización de la misma y creando valor añadido para los destinos dotándolos de mayor atractivo e interés turístico (Richards, 1996).

Esto fue posible, en gran medida, a su enorme herencia patrimonial y al gran número de ciudades declaradas como Bienes de Interés Cultural¹¹ y Ciudades

¹¹ Según determina la Ley, un Bien de Interés Cultural (BIC) es cualquier inmueble y objeto mueble de interés artístico, histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico, científico o técnico, que haya sido declarado como tal por la administración competente. También puede ser declarado como Bien de Interés Cultural, el patrimonio documental y bibliográfico, los yacimientos y zonas arqueológicas, así como los sitios naturales, jardines y parques, que posean valor artístico, histórico o antropológico.

Patrimonio de la Humanidad¹² con las que cuenta pues, es la tercera destinación turística de todo el orbe con mayor número de bienes declarados Patrimonio de la Humanidad, con 45 bienes y otros 11 reconocidos como Patrimonio Inmaterial (*Patrimonio mundial de España* (s.f.), <http://www.spain.info/es/consultas/arte/patrimonio-mundial.html>).

Andalucía, por ejemplo, comunidad autónoma en la que se centra el presente trabajo de investigación es junto con Castilla y León, la región española con mayor número de bienes culturales declarados Patrimonio de la Humanidad (7 en total), entre los cuales se encuentran los expuestos a continuación junto con el año del nombramiento: la Alhambra, el Generalife y el barrio del Albaicín, de Granada (1984); el Centro Histórico de Córdoba (1984); la Catedral, el Alcázar y el Archivo de Indias, de Sevilla (1987); el Parque Nacional de Doñana (1994); el Arte Rupestre del Arco Mediterráneo de la Península Ibérica (1998); el Conjunto Monumental Renacentista de Úbeda y Baeza (2003) y el Sitio de los Dólmenes de Antequera (2016).

Según la información extraída del *Anuario de Estadísticas Culturales*¹³ de 2016 [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/principales-resultados/Anuario de Estadísticas Culturales 2016 Principales resultados.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2016_Principales_resultados.pdf), Andalucía es el principal destino turístico de España donde los turistas españoles e internacionales destinan mayor gasto con relación al turismo cultural. Al mismo tiempo, es la comunidad autónoma más visitada por dicha motivación.

Con respecto a los turistas no residentes o internacionales cabe destacarse que fueron un total 7.188 las entradas registradas por motivos culturales en España, es decir, un 12,4% con respecto al total de entradas de turistas internacionales por ocio, recreo o vacaciones, y el 10,5% respecto al total de entradas de turistas internacionales.

En cuanto al gasto de turistas internacionales, éste ascendió a los 8.062,2 millones de euros. Ello supone un 14,2% del total de gasto efectuado por motivaciones de ocio, recreo o vacaciones, y el 12% al total de gasto en viajes de estos turistas.

Una vez expuestos los aspectos más relevantes de la nueva diversificación que experimentó el turismo hacia el turismo cultural resultaría fundamental adentrarse en el análisis de una nueva tipología enmarcada dentro de la misma y que resulta ser objeto del presente trabajo de investigación, el turismo idiomático o turismo de idiomas.

2.3. TURISMO IDIOMÁTICO

2.3.1. Definición

Antes de proceder al análisis de los aspectos característicos de dicha modalidad de turismo de idiomas o lingüístico, se hace necesario estudiar algunos conceptos y sus posibles acepciones.

¹² Título otorgado por la Unesco a lugares específicos de todo el orbe (sean bosque, montaña, lago, cueva, desierto, edificación, complejo arquitectónico, ruta cultural, paisaje cultural o ciudad), una vez han sido propuestos y confirmados para ser incluidos en el listado del Programa Patrimonio de la Humanidad, cuya administración pertenece al Comité del Patrimonio de la Humanidad y el cual, está compuesto por 21 Estados miembros a los que elige la Asamblea General de Estados Miembros por un periodo concreto. Este programa tiene como principal finalidad catalogar, contribuir a la preservación y promocionar lugares de gran relevancia cultural o natural para la herencia común de toda la humanidad.

¹³ Publicación anual elaborada por la Subdirección General de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

En primer lugar, se analizará aquella definición de turismo idiomático dada por el Gobierno de España mediante el organismo TURESPAÑA¹⁴. El turismo idiomático es conceptualizado como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al del entorno natural por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer una inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural”. (TURESPAÑA, 2008).

Resulta muy interesante la comparación que puede hacerse de esta definición con aquella expuesta en el *Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013- 2016*, 2013 elaborado por la Junta de Andalucía. En esta definición, dicha tipología de turismo es considerada como una modalidad turística basada en viajes de ocio y estudios, los cuales son demandados durante la estancia de los mismos fuera de su lugar de origen en un intento de mejorar o aprender sus competencias en un determinado idioma. Como es notorio, esta definición no contempla la duración que pueden tener estos viajes, sin embargo, introduce el término ocio. Esto se debe a que los turistas idiomáticos no sólo hacen uso de actividades meramente propias del turismo de idiomas, sino que también demandan otros muchos servicios turísticos solicitados por cualquier otro tipo de turista y que éstos destinan al ocio. (Junta de Andalucía, 2013).

A nivel internacional encontramos también algunas definiciones interesantes sobre el tema. Según Cohen el turismo de idiomas “es la forma de turismo educativo con la motivación primordial de aprender un idioma. Incluye la asistencia a cursos específicos de la lengua objetivo y la familiarización con las diferentes manifestaciones culturales existentes en la sociedad visitada” (Cohen y Cooper, 1986). Esta acepción no sólo se refiere al aprendizaje o a la obtención de competencias lingüísticas sino también contempla el estudio de la cultura del destino. Se trata de una definición con una visión más amplia a aquella facilitada por TURESPAÑA. No obstante, no tiene en consideración la durabilidad del viaje por turismo idiomático.

Para concluir, se presenta una última visión sobre turismo idiomático expuesta por Jaworski y Thurlow (2011). Ambos hablan de esta modalidad como vía hacia el industrialismo y la “recontextualización” de la lengua. Tratan de ver el idioma como un producto por las siguientes razones:

- No genera costes al producirlo.
- Su valor se intensifica con el uso. A mayor número de hablantes de un idioma, mayor es su valor.
- Su uso es accesible para todo el mundo.
- Es inacabable. El uso del idioma incrementa la perdurabilidad del mismo.
- El estudio de un idioma se entiende como inversión, no es depreciable.

Tal y como se ha podido estudiar, el turismo idiomático o lingüístico es una parcela o subsegmento clasificado dentro de la tipología de turismo cultural. Su principal motivación es la del aprendizaje o perfeccionamiento de un idioma compaginándolo, a su vez, con la ejecución de actividades turísticas. Tiene lugar, por regla general, en un país diferente al originario del turista y la duración del viaje se estima en que sea inferior a un año (Taboada de Zúñiga, 2010).

¹⁴ Se define como el “Organismo nacional de Turismo responsable del marketing de España en el mundo y responsable de crear valor para su sector turístico, mediante el impulso de la sostenibilidad económica, social y medio ambiental de los destinos nacionales”.

2.3.2. El turismo idiomático en España

Resulta incuestionable el hecho de que realizar viajes para conocer la cultura de un determinado lugar o país y aprender su idioma es una alternativa cada vez más demandada para la ocupación del tiempo libre de muchos turistas ya sean estudiantes o no. Con el objetivo de emplear el periodo vacacional para el aprendizaje o la mejora en el conocimiento de una segunda lengua distinta a la materna, los turistas contribuyen a alzar el español como un bien de gran dinamismo para la economía. (Baralo, 2006).

Con respecto a los usuarios interesados en esta modalidad cabe decirse que pertenecen a tipos y clases de muy diversa naturaleza. No sólo pueden demandar este tipo de actividades jóvenes en edad de estudiar o trabajar, sino también personas que se dedican a los negocios o que buscan emplear su tiempo libre en vivir nuevas experiencias culturales y lingüísticas.

En la actualidad, las competencias relacionadas con el conocimiento y la comunicación en varios idiomas por parte de la sociedad es un atractivo de gran relevancia en muchos ámbitos, como por ejemplo en el tema laboral o económico. A su vez, el español prospera como bien de gran interés económico por la creciente demanda que existe para estudiarlo, así como por ser uno de los idiomas con mayor número de hablantes del mundo (*El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes*, 2016

http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2016/noticias/anuario-el-espa%C3%B1ol-en-el-mundo-2016.htm).

Según datos aportados por la Subdirección General de Conocimiento y Estudios Turísticos o lo que es lo mismo, el antiguo IET (Instituto de Estudios Turísticos, 2016) gestionado por TURESPAÑA, entre los meses de enero y septiembre de 2015, los turistas que demandaron actividades relacionadas con esta modalidad ascendieron a 955.697, un 22,5% más respecto al año anterior, generando un gasto de 2.000 millones de euros, esto es, un incremento del 37,7%.

Un claro indicio del buen momento por el que atraviesa este sector es el surgimiento de nuevas escuelas que demandan la acreditación, condición obligatoria para las mismas y que le permite convertirse en escuelas homologadas para el aprendizaje del español. Según la Federación Española de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE), en 2017 el número de escuelas acreditadas se incrementó, alcanzando la cifra de 90 centros de enseñanza.

Cada vez son más los destinos que apuestan por explotar dicha modalidad ya que permite, en cierto modo, reducir la estacionalidad. Aunque los centros reciben estudiantes de español durante todo el año, el pico de mayor demanda sigue concentrándose en época estival. A pesar de ello, su temporada alta (que abarca los meses de mayo a octubre) se corresponde a un periodo de tiempo más largo al compararse con aquella del turismo de sol y playa (*Ibid.*).

En 2015 el Instituto Cervantes, afirma en su informe anual, *El Español. Una lengua viva*, que fueron 90.000 estudiantes los que demandaron los servicios de aprendizaje de español en las escuelas de FEDELE (Instituto Cervantes, 2015). Según las estadísticas, la estancia media de los mismos se situó en las 2,9 semanas. La demanda de estudiantes femenina (65%) fue superior a la masculina y predominaron los consumidores de entre 18 y 25 años, aunque muy cerca de éstos se encontraron los de 25 a 45.

Los principales mercados emisores de este tipo de turismo hacia España fueron Italia, Alemania, EEUU, Francia y Reino Unido. Con respecto a los destinos de turismo idiomático más demandados en el territorio español caben destacarse los siguientes: Andalucía, Castilla y León, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana.

A continuación, se expondrá un análisis detallado de las cifras más características de la situación de la lengua española en el mundo, como el número de hablantes que tienen el español como lengua materna o el número de alumnos que estudia dicho idioma, y de su uso como recurso turístico.

CAPÍTULO 3

LAS GRANDES APTITUDES DE LA LENGUA ESPAÑOLA COMO RECURSO TURÍSTICO

3.1. EL ESPAÑOL EN CIFRAS

Según datos aportados por el Instituto Cervantes, en 2016, se contabilizaron más de 472 millones de personas cuya lengua materna es el español. Al mismo tiempo, se calculó la existencia un total de 567 millones de hablantes (incluyendo nativos, al grupo de hablantes que tienen el español como segunda lengua y a los aprendices de este idioma como lengua extranjera). (El español. Una lengua viva, 2016).

La lengua española es el segundo idioma materno del mundo teniendo en cuenta su cifra de hablantes, siguiendo al chino mandarín, y, además, el segundo idioma a nivel global de hablantes (nativos, dominio de competencia limitada o segunda lengua y estudiantes de español). Es, por tanto, el segundo idioma de comunicación a nivel internacional.

Esta cifra aumenta progresivamente por cuestiones de demografía. Sin embargo, la proporción de hablantes de inglés y chino ha registrado un descenso. En 2016, el 7.8% de la población mundial habla español. En total, son 21 millones de alumnos los que estudian el idioma como lengua extranjera.

La siguiente tabla muestra el número de hablantes de español a nivel mundial clasificándolos según tienen el español como lengua materna, segundo idioma o sean aprendices de dicha lengua.

	Mundo hispánico	Fuera del mundo hispánico	Totales
Nativos	436.575.045	45.785.587	472.360.632
Hablantes de español como segunda lengua	24.117.365	49.201.422	73.3183787
Estudiantes de español	-	-	21.252.789
Usuarios potenciales	-	-	566.932.208

Tabla 1: Hablantes de Español en el mundo
Fuente: *Una lengua viva*, 2016. Instituto Cervantes.

El estudio realizado de cómo han evolucionado y evolucionarán los cinco idiomas más hablados del mundo- chino, inglés, español, hindi y árabe- entre 1950 y 2050 afirma que, mientras la cifra de hablantes nativos de inglés y chino desciende, el español y el hindi conocerán un aumento continuo en su número de hablantes. Según las previsiones realizadas por El Instituto Cervantes, en 2050, la comunidad de hablantes de español alcanzaría la cifra de 754 millones de personas con diferentes niveles de dominio del idioma. Esto se deberá, no sólo por cuestiones de crecimiento demográfico de las naciones en los que la lengua española es idioma oficial sino también en países en los que no lo es, como ocurrirá con EEUU. Según las previsiones del Censo de los Estados Unidos, en 2060, EEUU ocupará el segundo puesto en número de hispanohablantes en todo el orbe alcanzando los 119 millones, esto es, el 28.6% de la población total del país.

3.2. EL ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA

“El español es el tercer idioma más estudiado como lengua extranjera según el primer informe *Berlitz* (2015) sobre el aprendizaje del español en el mundo, seguido del inglés y el francés” (*El español. Una lengua viva*, 2016).

Según las estimaciones del Instituto Cervantes, son más de 21 millones de alumnos los estudiantes de español en la actualidad. Este resultado, el cual contempla todos los niveles de enseñanza y la no reglada, es fruto del sumatorio de estudiantes que existen en los 106 países donde el español no es lengua oficial.

Según indicadores de tipo parcial existentes, la demanda de español ha experimentado un interesante crecimiento en los últimos años. Este crecimiento se ha visto reflejado en el número de alumnos matriculados en el Instituto Cervantes desde su surgimiento hace 25 años. El número de matrículas de español realizadas en los centros pertenecientes al Instituto Cervantes a nivel mundial, se ha incrementado en 12 veces entre 1992 y 2015, pasando de las 16.926 a las 200.295 matrículas en 2015. No obstante, teniendo en cuenta que los datos anteriormente expuestos no contemplan información sobre los centros privados de enseñanza, dicha entidad estima, que las cifras de demanda real de español serían superiores en, al menos, un 25%.

A su vez, se observa un crecimiento en cuanto a la demanda de cursos con cierta especialización.

Según afirma el Instituto Cervantes, durante el curso académico 2014 – 2015 fueron ofertados 13.841 cursos de español, de los cuales 9.564 fueron generales y 4.187 de tipo especial. A ello, habría también que sumarle los 865 cursos ofrecidos a la formación de profesores. La cifra total de cursos ascendería a los 14.706. A su vez, los diplomas del idioma español DELE¹⁵ (Títulos oficiales otorgados por el Instituto en nombre del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España), han sufrido un constante crecimiento en inscripciones desde que fueron creados. En la actualidad, son 127 países en los que la oferta de DELE está presente. Entre 2014 y 2015, eran 947 centros los que ofrecían la acreditación del español con sus estudios, un 4.6% más con respecto al curso anterior. El número de estudiantes que aspiró a obtener el DELE aumentó ligeramente llegando a los 67.657 aspirantes, frente a los 61.950 del curso previo.

Resulta evidente que la fundación de sedes o Aulas Cervantes en una determinada nación suscita externalidades positivas para la divulgación de la lengua hispana y su cultura, no sólo al reforzar la tendencia existente hacia el estudio del idioma sino también al estimular tanto al sector público como al privado a establecer acciones de fomento para el aprendizaje de esta lengua.

3.2.1. Organización del sector

Entre las principales entidades que promocionan el turismo español desde diferentes prismas y, sobre todo, en el sector idiomático, destaca el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA). Este organismo pertenece a la Administración General del Estado y su principal fin es la promoción exterior del país como destino turístico.

Otro organismo que promociona y vela por la divulgación de la cultura española desarrollando acciones a nivel internacional relacionadas con la enseñanza del español es el Ministerio de Educación, quien supervisa los colegios de tipo bilingüe en todo el orbe. A su vez, otorga financiación para docentes de español en universidades de España y efectúa estudios y análisis acerca del aprendizaje del idioma en el exterior.

¹⁵ DELE: Diploma de Español como Lengua Extranjera.

También destaca la labor de otro ente público, el Instituto de Comercio Exterior (ICEX <http://www.icex.es/icex/es/index.html>), el cual desarrolla medidas promocionales, de organización y otorga subvenciones a los centros formativos y a otras instituciones para que éstos puedan asistir a jornadas de trabajo y ferias sectoriales en todo el orbe.

Al mismo tiempo, en colaboración con la Asociación EDUESPAÑA <http://www.eduespa.org/>, entidad colaboradora por la Secretaría de Estado de Comercio Exterior y dependiente del Ministerio de Comercio y Turismo, actúa en la promoción de la educación internacional en España, sobre todo, en la enseñanza de español para estudiantes extranjeros.

Por otro lado, se encuentra El Instituto Cervantes creado en 1991, entidad pública española encargada de promocionar la enseñanza de la lengua española, así como de la difusión de su cultura a nivel mundial. Sus principales sedes se ubican en Madrid (sede central y en Alcalá de Henares. No obstante, cuenta con una red de 87 centros repartidos en 44 países de los cinco continentes.

Entre sus principales objetivos y funciones destacan las siguientes:

- Organización de cursos de tipo general y específicos de la lengua española, así como de las lenguas cooficiales habladas en España.
- Expedición de los diplomas oficiales de español (DELE), en nombre del Ministerio de Educación Cultura y Deporte, y organización de las pruebas o exámenes para su obtención.
- Participación en programas para la difusión de la lengua española y actualización de la formación del personal docente y métodos de enseñanza,
- Empezar actuaciones de divulgación cultural, mediante la colaboración con otras entidades españolas, hispanoamericanas y con aquellas situadas en los estados hospedadores de sus centros.

A su vez, resulta imprescindible mencionar dos extensiones adicionales de gran importancia a la concesión de los DELE (Diplomas de Español como Lengua Extranjera) (DELE <http://www.dele.org/espanol/>).

Por un lado, destaca la dimensión hispánica en la certificación mediante el Sistema Internacional de Certificación del Español como Lengua Extranjera, esto es, SICELE. (SICELE, <https://sites.google.com/a/sicele.org/sicele/>).

Por otro lado, se encuentra la certificación a nivel europeo, un trabajo del ALTE (The Association of Language Testers in Europe) en colaboración con el Instituto Cervantes y las universidades de Salamanca y Cambridge. Precisamente, fueron estas dos facultades las que establecieron tal programa en 1989, en un intento de implantar normas comunes para las pruebas de acreditación de las lenguas en toda Europa apoyando el multilingüismo (ALTE, <http://www.alte.org/membership>).

Tanto TURESPAÑA y el Instituto Cervantes, se encuentran suscritos, desde el año 2004, a un acuerdo de colaboración con la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE). En él, se trabaja por una política global de calidad y en la promoción por el mundo de los estudios del español.

Entre sus principales fines se encuentra el de colaborar con las instituciones internacionales del sector de la enseñanza de español: CEN (Comité Europeo de Normalización), GAELA (Alianza Mundial de Agencias Educativas y Lingüísticas) y FELCA (Federación de Asociaciones de Agencias Educativas y Lingüísticas) y fomentar la calidad en la enseñanza del español. Lleva desde hace años centrando sus esfuerzos en el ordenamiento y en la dinamización del sector privado de la enseñanza de español como lengua extranjera. Esta institución engloba a seis asociaciones regionales de centros de enseñanza de

español constituidas como tales y se encarga de la representación de las mismas en toda España: AEECYL (Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León) con 14 centros asociados; AEEA (Asociación de Escuelas de Español de Andalucía) con 29 centros; FEDELE Barcelona con 10 escuelas; FEDELE Madrid con 11 centros asociados; FEDELE Comunidad Valenciana con 14 centros; AELE (Asociación Española de Escuelas de español para extranjeros) con 6 y, por último, FEDELE Baleares con 3 escuelas.

FEDELE cuenta con un total de 90 escuelas de español en España, una oferta muy diversa que va desde escuelas sitas en grandes ciudades a centros ubicados en zonas de menor población. Del mismo modo, sus centros pueden encontrarse en lugares en los que históricamente han tenido una mayor aceptación turística en el ámbito idiomático (Alcalá de Henares o Salamanca), o en nuevos destinos que emergen (Sevilla o Cádiz).

Todas las escuelas pertenecientes a dicho ente han superado la inspección de calidad que otorga el sello CEELE (Certificado de Calidad en la Enseñanza de Español como Lengua Extranjera) y que expide la Universidad de Alcalá de Henares y la Asociación EDUESPAÑA, o poseen el sello de calidad en enseñanza del idioma (Certificado de acreditación del Instituto Cervantes).

3.2.2. El español como lengua extranjera en Francia

Centrando la atención en el caso de Francia, según el informe *El mundo estudia español: Francia 2014* <http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/el-mundo-estudia-espanol/el-mundo-estudia-espanol2014.pdf?documentId=0901e72b81c71bd2> en dicho país, el español ocupa un lugar relevante no sólo por la conexión histórica y las continuas migraciones de tipo económico o político (gran presencia de exiliados de origen español tras la derrota de la República del año 39, sobre todo, en Toulouse y en toda su región) sino también por el creciente interés que despierta lo español y el mundo hispano (Ministerio de Educación Cultura y Deporte, 2014).

Según este informe elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) del Gobierno de España, fueron 2.583.598 alumnos los matriculados en clases de español en territorio francés en las etapas Primaria y Secundaria, lo cual pone de manifiesto el alto interés que los franceses poseen por la lengua de Cervantes.

Según datos de dicho informe, el 73% de los alumnos de la etapa de Secundaria que cursaron más de una lengua extranjera, eligieron el español. Uno de cada dos alumnos franceses de Secundaria estudia español, lo que supone un 46,2% del total. A esta cifra habría que sumarle los estudiantes que se encuentran matriculados en niveles universitarios.

Además, en todos los niveles, salvo en primaria se releja en lo que va de siglo un continuo crecimiento de la demanda de alumnos de español. Desde el año 2010 y hasta 2013, el aumento de alumnos del idioma fue de un 9,8%, lo que significó una subida de 77.000 estudiantes al año. Así mismo, se estima que, al encontrarse el español ya consolidado dentro de la enseñanza francesa como segunda lengua extranjera, aumente el porcentaje de alumnos que estudien el idioma, para que éste pudiera acercarse más a ser escogida como primera lengua extranjera para su estudio.

En Primaria, el porcentaje de alumnos que estudiaron el español fue del 1,3%, siendo la tercera lengua extranjera más estudiada por los alumnos que cursaron dicha etapa. En Secundaria, el número de alumnos que cursaron el idioma como primera lengua extranjera fueron 116.494 alumnos y 2.391.909 los que optaron por estudiarla como segunda lengua. A pesar de ello, a nivel general, en la enseñanza de lengua extranjeras en el nivel de segundo grado, no diferenciando entre primera, segunda o

tercera lengua, el español se encuentra en segundo puesto representando el 46,2% del alumnado, después del inglés con un 98,7%. La cifra total de alumnos de secundaria que estudiaron el idioma de Cervantes como primera, segunda o tercera lengua fue de 2.583.598, de los cuales 200.000 cursaban Formación Profesional.

Las estrechas vinculaciones históricas, geográficas, culturales, económicas y de demografía, hacen que en dicho país sea cada vez mayor la necesidad de contar con una generación con conocimientos en la lengua hispana. Al ser el estado español el país de habla hispana más cercano al hexágono y, gracias a la labor de promoción y divulgación educativa de dicha lengua por parte del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, es y será el destino que lidere la enseñanza del español, aunque el peso que tenga España sobre el conjunto de los hispanohablantes en todo el orbe sólo corresponda al 10% del total.

Ello permite respirar aires de optimismo y predecir que el atractivo de dicha lengua y de su cultura vaya en aumento.

A continuación, después de haber analizado la lengua española desde diferentes prismas, se presentará el comportamiento del turismo idiomático en Andalucía por ser la comunidad con mayor oferta de escuelas de enseñanza de español y por contar con un diverso y opulento patrimonio cultural. El turismo de idiomas en Andalucía será analizado con más detalle en el capítulo cuatro en un intento por conocer la realidad turística predominante en la región. De igual modo, se estudiará con mayor profundidad tanto la oferta como la demanda de servicios del turismo idiomático además de otros muchos aspectos relevantes a tener en cuenta para conocer ampliamente esta “emergente” modalidad turística en España. (Instituto Cervantes, 2017).

CAPÍTULO 4

EI TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA

4.1. OFERTA DE TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA

4.1.1. Centros de enseñanza del español en Andalucía

Tal y como se ha expuesto con anterioridad, son los centros o escuelas formativas de enseñanza de español como lengua extranjera, ya sean de carácter público o privado, las que configuran la oferta principal de turismo idiomático, clasificándose en Universidades o Facultades, Escuelas Oficiales de Idiomas (EOI), o centros privados de enseñanza de español para extranjeros.

Según datos ofrecidos por el Instituto Cervantes en su página web, son 157 los centros formativos existentes en Andalucía, una cantidad que duplica la oferta formativa que dispone Madrid, el segundo destino de España de turismo idiomático. Además, cuenta con un total de siete universidades andaluzas que ofrecen cursos para la enseñanza de español a extranjeros y 51 Escuelas Oficiales de Idiomas (EOI), ubicadas en territorio andaluz.

Es Málaga la que lidera la clasificación de ciudades más demandas para practicar turismo idiomático. Esto se debe en gran parte a la diversa oferta de turismo de sol y playa y turismo cultural a con la que cuenta dicha provincia unido a la gran cantidad de vuelos directos que existen a esta ciudad a bajo coste. Cada año, llegan a la ciudad miles de estudiantes de los principales países emisores de turismo en España, principalmente alemanes, franceses o ingleses y, otros, procedentes de mercados emergentes como, por ejemplo, Rusia, Polonia, China, Corea o Turquía.

Destacan también las provincias de Sevilla, con 10 centros asociados al Instituto Cervantes, de los cuales cuatro de ellos, forman parte de la AEEA de FEDELE <http://aeea.org/que-es-eea/>, y con una cifra de estudiantes internacionales que ascendieron a los 12.000 en 2014, y Granada como destino de turismo idiomático, siendo una de las provincias que cuenta con mayor demanda por parte de los universitarios de toda Europa y de otros continentes, y la que se encuentra en primer lugar como destino Erasmus de toda España, según el *Plan Estratégico de Turismo Idiomático 2010*, de la Junta de Andalucía.

Según el Instituto Cervantes en su informe más reciente sobre sus centros acreditados, la región cuenta con un total de 49 centros formativos y asociados con el Instituto Cervantes (ELE, Español como Lengua Extranjera) dedicados exclusivamente a la enseñanza de español como lengua extranjera. Esto supone que, alrededor de un 30% de los centros acreditados de todo el territorio nacional, se encuentren en Andalucía (Centros ELE). Los programas de estos centros se ajustan al Plan Curricular del Instituto Cervantes (PCIC) e incluyen una amplia oferta contemplando la especialización en determinados ámbitos o centrandolo el aprendizaje hacia un área de conocimiento determinada, según las necesidades de sus alumnos.

Por otro lado, fueron más de 100 los centros privados no asociados con el Instituto Cervantes, que ofertaron cursos de carácter general atendiendo a los niveles del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas (MCER). Del total de estas escuelas, el 90% formarían parte de alguna de las federaciones de enseñanza de español de Andalucía o España (AEEA, FEDELE, AFTIE, ACEM, entre otras).

Tal y como se ha expuesto, a nivel de organización en el sector privado, Andalucía cuenta con el apoyo de la Asociación de Escuelas de Español para extranjeros en Andalucía (AEEA), entre otras. Ésta reúne un total de 29 escuelas de carácter privado encargadas de la enseñanza de español en distintas provincias (Cádiz, Sevilla, Granada y Málaga). Esta asociación se dedica, principalmente, a la representación de las mismas ante los entes locales, autonómicos y estatales. Al mismo tiempo, trabaja para asegurar la calidad de la enseñanza de sus centros,

Esta entidad es, junto con FEDELE, uno de los miembros fundadores de la Organización Internacional ÉLITE (Federación Europea de Asociaciones Nacionales para la enseñanza de Lenguas Maternas a Estudiantes Extranjeros), ente dedicado principalmente al establecimiento de una normativa común a nivel europeo de calidad en la enseñanza de lenguas maternas y al desarrollo de acciones promocionales mediante la colaboración con otros organismos.

A su vez, fueron 7 universidades andaluzas las que ofertaron cursos para la enseñanza del español a través de sus Centros de Lenguas Modernas como, por ejemplo, el de la Universidad de Granada (URG) o de Cádiz (UCA) o a través de Institutos de Idiomas, como el de la Universidad de Sevilla (US) o mediante diferentes Aulas de Lengua Española, ubicadas en varias facultades.

Para terminar, resulta imprescindible exponer algunos datos sobre la demanda de este sector en la región andaluza. Según datos de FEDELE, desde 2013 la oferta de cursos de español en España está experimentando un crecimiento interanual del 7%. Al mismo tiempo, las previsiones de crecimiento son esperanzadoras para los años venideros.

4.2. DEMANDA DEL TURISMO IDIOMÁTICO EN ANDALUCÍA

Tal y como se ha expuesto en anteriores capítulos, el auge de la enseñanza de español en el mundo es un fenómeno de tal alcance que supone unas cifras notables en referencia al estudio de la demanda. Concretamente durante el año 2015, España recibió un total de 955.697 estudiantes de español entre los meses de enero y septiembre, un crecimiento del 22.5% con respecto al año anterior. Estas llegadas generaron unos ingresos cercanos a los 2.000 millones de euros, lo que supuso un 37.7% más en relación al ejercicio anterior.

Según la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, los centros pertenecientes a la AEEA registraron un total de 25.000 estudiantes de español en 2014 generando unos ingresos de 30 millones de euros (Andalucía Lab, 2017 <http://www.andalucialab.org/?s=turismo+idiom%C3%A1tico&snav=1>).

4.2.1. El turista idiomático

Los clientes finales de este segmento turístico se caracterizan por un mostrar un interés especial en la cultura española y andaluza, en particular. Éstos poseen un medio-alto nivel cultural, suelen mostrar interés por las realidades de otros países y, mediante sus viajes, buscan integrarse en otras culturas. En el ámbito económico, destacan por los siguientes motivos:

- Destacan por sus estancias turísticas prolongadas.
- Cuentan con un poder adquisitivo medio-alto
- Predomina el segmento de jóvenes, los cuales viajan motivados por la realización de una gran variedad de actividades.
- A su vez, estos turistas, en muchas ocasiones, son visitados o vienen acompañados por familiares o allegados durante toda o parte de sus estancias (Andalucía Lab, 2017 <http://www.andalucialab.org/?s=turismo+idiom%C3%A1tico&snav=1>).

A nivel cultural, resultan ser embajadores de la región andaluza y de su marca. Según el Informe sobre Turismo Idiomático de 2016 de la Consejería de Turismo y Deporte de 2016, “funcionan muy bien como perfiles que llevan a cabo la transición desde el turismo estándar de sol y playa al cultural, una tendencia que se afirma en ciudades como Málaga y que puede convertirse en un eje fundamental de la evolución del sector turístico en Andalucía”. (*Turismo idiomático en Andalucía*, 2016).

En Andalucía, los principales países emisores pertenecientes al continente europeo proceden principalmente de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. En segundo lugar, es EEUU, donde cada vez más el español cobra mayor relevancia como idioma, el colectivo que emite mayor tendencia a los viajes turísticos para el aprendizaje del español, pese a la gran oferta de enseñanza de español que existe en el país (*Ibid.*).

Le siguen otros estados europeos como Bélgica, Holanda o Suiza que, aunque emitan un menor número de estudiantes que los países anteriormente mencionados, la demanda de los mismos también resulta significativa a la hora de estudiar este tipo de segmento en Andalucía (*Ibid.*).

China, Japón y Corea también tienen cierta representación en este segmento en la región. No obstante, la visión de la demanda sería bien distinta. Éstos, especialmente chinos y coreanos, buscan acceder a las universidades públicas de toda Andalucía y de España estudiar en ellas el idioma. Esto, implica que sus estancias sean más largas debido principalmente a la lejanía que existe con sus países de origen y a la necesidad de rentabilizar los desplazamientos, unido al deseo de poder estudiar una carrera universitaria y buscar empleo in situ (*Ibid.*).

Otros nichos de mercados aún vírgenes, pero muy estudiados por parte de los expertos por la potencialidad que presentan para las grandes escuelas de español son Indochina y Vietnam (*Ibid.*).

Pasando a analizar el perfil del turista idiomático según el segmento de la edad y del sexo, destaca la franja comprendida entre los 18 y 25 años, con un 32%. A este grupo, le siguen los jóvenes con edades comprendidas entre los 13 y los 18 años con un 28% y, por último, se encontrarían los de 25 a 45 años con un 23%. Con respecto al género, destacarían las mujeres (60%) frente a los varones (40%). En cuanto a su permanencia en la región andaluza, la duración de la estancia de dichos turistas fue de una media de 2.5- 3 semanas empleando de gasto unos 520 euros por semana, lo que supone un total de 1.200 por alumno (*Ibid.*).

Otro dato importante a tener en cuenta, es el acogimiento de tales turistas a alguno de los diferentes marcos de programas y convenios de estudios que son ofertados en las universidades de Andalucía pues, sus viajes se encuentran motivados por el deseo de aprender el español y de conocer e integrarse en su cultura. Este sector resulta muy fructífero desde el punto de vista económico y cultural ya que, sus estancias se consideran largas (de tres a seis meses) y, a su vez, en el tiempo que dura las mismas se produce un intercambio cultural muy enriquecedor entre la sociedad propia de los destinos y los mismos (*Ibid.*).

4.2.2. El turista idiomático francés

Después de haber conocido la importancia que tiene el estudio del español en Francia en el capítulo tres, resulta necesario comenzar a analizar el comportamiento del turista francés y sus motivaciones.

Según el informe de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía sobre Turismo idiomático (*Turismo idiomático en Andalucía*, 2016), es el clima, la herencia cultural, la riqueza paisajística, la buena relación calidad – precio y la variedad de su oferta lo que motiva a los turistas franceses a visitar la región andaluza.

Por todas estas razones Andalucía se convierte en uno de los más importantes destinos para el mercado francés, el cual ofrece una inmejorable evolución en el último año con un crecimiento a dos dígitos en pernoctaciones hoteleras y en viajeros que superan, además, a la media española.

Tal y como se expone en el informe de la Junta de Andalucía (*Balance del Año Turístico en Andalucía, 2015*) Andalucía recibió en 2016 un total de 10.641,469 millones de turistas extranjeros. Esto es, un 12,8% de todos los turistas no residentes en España que visitaron el mismo, un 12,77% más respecto al año anterior. Respecto al mercado francés, fueron 808.550 los viajeros franceses que visitaron la región andaluza en 2015, esto es, un 11,9% más que en el ejercicio anterior. El gasto medio por viaje realizado por los mismos se estima en 1.760,24 euros y 1,3% es la cuota que registra la importancia de sus viajes efectuados a destinos extranjeros, los cuales prefieren disfrutar en los meses de julio (12,1%) y agosto (12,9%).

En cuanto a las motivaciones principales de los viajes destacan los motivos personales (88,2%) frente a los de los negocios (11,8%). Persiguen, sobre todo, el encuentro consigo mismo, acabar con la rutina y la monotonía y volcarse de lleno en el conocimiento de la cultura propia del destino que visitan. Muestran gran interés por el descubrimiento de las ciudades, sus monumentos y sus actividades culturales frente a la motivación de sol y playa. Se tratan de potenciales emisores de turismo idiomático pues, resulta ser un segmento con mucha proyección para los mismos al estar directamente relacionado con la inmersión cultural y la convivencia con las tradiciones y formas de vida de una sociedad desconocida. Hecho que llama especialmente la atención de los turistas que proceden del hexágono (*Turismo Francés en Andalucía, 2014*).

Según el informe sobre el *Turismo Francés en Andalucía, 2014* elaborado por la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, los franceses recurren con mayor frecuencia a alojamientos no comerciales y destacan por el uso del coche en sus desplazamientos turísticos y la organización particular de sus viajes (*ibid.*).

Por su parte, las nuevas tecnologías también han influenciado la forma en la que organizan sus viajes. Tal y como expone el informe, internet resulta ser imprescindible en la reserva y preparación de los viajes por parte de los turistas franceses (*ibid.*).

Con toda esta información recabada podría ya pasarse a la elaboración de un plan idiomático y turístico centrado al mercado francés y dirigido, especialmente, a estudiantes que visitan la región de Andalucía para aprender el español y sumergirse en su magnífica cultura. Para ello, se elaborará un programa de estudios basado en diferentes cursos adaptados a los diferentes niveles, así como un itinerario turístico para que los mismos puedan conocer de primera mano la riqueza cultural y paisajística de Andalucía (*ibid.*).

CAPÍTULO 5

LAS GRANDES APTITUDES DE LA LENGUA ESPAÑOLA COMO RECURSO TURÍSTICO

5.1. ANDALUCÍA COMO DESTINO TURÍSTICO

Andalucía, ubicada al sur de la Península Ibérica, es un punto de unión entre dos continentes, Europa y África y el lugar de encuentro entre el océano Atlántico que baña las costas de Huelva y Cádiz, y el mar Mediterráneo que lo hace en Málaga, Granada y Almería. Es la segunda región española con mayor extensión de todo el territorio español, con un total de 87.268 km².

En cuanto al territorio que ocupa su relieve montañoso, se sabe que ocupa el 50% del total con 46 cumbres que superan los 1000 metros y una tercera parte que se encuentra por encima de los 600 metros. Por su altitud, destacan el Mulhacén y el Veleta ubicadas en Sierra Nevada (provincia de Granada), los cuales superan los 3.400 metros.

La importante riqueza desde la perspectiva ecológica, la gran superficie y la diversidad que presentan los territorios de Andalucía donde conviven altas cumbres, humedales de gran extensión, desiertos volcánicos, grandes bosques espesos con una rica vegetación y tramos de costa de indudable valor, otorgan a la región un atractivo indiscutible desde el punto de vista turístico.

Destaca la amplia red de Espacios Naturales, la cual ocupa aproximadamente el 18% de todo el territorio andaluz entre Parajes, Reservas o Parques. Es el Parque Nacional de Doñana, uno de los más importantes desde el punto de vista ecológico y declarado por la UNESCO "Reserva de la Biosfera". Destacan también los Parques Naturales de Grazalema y Sierra de las Nieves en Cádiz o el de Cabo de Gata, en Almería.

Predomina también otro medio natural con gran personalidad en el enclave andaluz, sus costas. Éstas se extienden por una superficie territorial de más de 800 km con una gran superficie de tramos de playas. La Costa de Almería, la Costa del Sol en Málaga, la Costa de la Luz en Cádiz y Huelva y la Costa Tropical, sita en la provincia de Granada son entornos de gran riqueza paisajística y valor medioambiental y los principales destinos turísticos más visitados de la comunidad autónoma andaluza por turistas procedentes de todas partes del orbe.

Es una región que cuenta con una amplia red de comunicaciones extendida a lo largo de más de 24.000 km entre autovías, autopistas y carreteras. También destaca la red de ferrocarriles que dispone, la cual cuenta con dos líneas de alta velocidad: Málaga- Córdoba- Madrid y Sevilla- Córdoba- Madrid y un sinnúmero de líneas que comunican todo su territorio. En cuanto al tráfico aéreo, Andalucía cuenta con un importante sistema de modernos y amplios aeropuertos que conectan la región con las principales capitales de Europa y otros puntos del planeta. Por encontrarse en un enclave estratégico al encontrarse sus costas bañadas por el océano Atlántico y el mar Mediterráneo, es una importante vía para el tráfico marítimo a nivel mundial. Destacan los puertos de Algeciras, Huelva, Málaga, Cádiz y Almería. A su vez, Andalucía cuenta también con 37 puertos deportivos y dos puertos fluviales, éstos últimos sitos en la ciudad de Sevilla. Todos ellos son fantásticos generadores de una importante actividad tanto turística como comercial.

Respecto al clima, cabe decirse que Andalucía es una de las regiones más cálidas de todo el continente europeo. Se caracteriza por tener un clima mediterráneo templado, con veranos secos y calurosos e inviernos con temperaturas suaves, y precipitaciones de carácter irregular. El rasgo más característico de su clima, es la cantidad de horas de sol con las que cuenta al año.

En cuanto a la cultura, el pasado histórico de Andalucía ha dejado como herencia un enorme y valioso legado artístico. La Giralda y el casco antiguo de Sevilla, la Mezquita de Córdoba o la Alambra de Córdoba son herencias monumentales de la Humanidad.

La esplendorosa arquitectura renacentista, islámica y barroca de sus edificaciones más célebres, las fortalezas y castillos, las iglesias y los monasterios completan la red de un patrimonio con un valor artístico incalculable. Por otro lado, las obras de artistas andaluces como Murillo, Velázquez o Picasso entre las que se encuentran esculturas, lienzos, imágenes pueden verse expuestas en muchas catedrales, museos, iglesias, palacios, entre otros edificios.

Centrando la atención en la variedad de sus celebraciones y fiestas, cabe decirse que es tan amplia como su superficie territorial donde pueden verse resumidas las costumbres y las artes de sus habitantes. Destacan las fiestas de la primavera (siembra y cosecha), las ferias (Feria de Abril de Sevilla), las vendimias o las verbenas y romerías (El Rocío). Éstas, no hacen más que poner de manifiesto sus creencias religiosas, su gastronomía, su música o su artesanía.

No puede hablarse de fiestas en Andalucía sin incluir la festividad existente en torno al mundo del toro. Se trata de una de las celebraciones con más arraigo de la región, en la que durante tres cuartas partes del año son celebradas numerosas corridas en distintas plazas de Andalucía.

Otro elemento declarado patrimonio inmaterial de la Humanidad es el Flamenco por su enorme valor cultural y artístico, por ser la expresión más genuina del folclore andaluz, y por el que son atraídos muchos turistas a visitar la región para sumergirse de lleno en los sentimientos y sensaciones que remueve este arte.

Por último, también es digno de ser mencionada la rica artesanía con la que cuenta Andalucía. Cuenta con gran renombre su tradición alfarera y cerámica, sus labores en el cuero o la guarnicionería, sus trabajos en joyería y en el metal, su rica producción artesanal en el textil; manifestada en la fabricación de bordados, mantos y mantones, y un sinnúmero de habilidades en la producción de muebles, fibras vegetales, instrumentos musicales o en trabajos en mármol y otras piedras.

5.1.1. Sevilla como destino turístico

"Sevilla, capital de Andalucía, ciudad romana, árabe, renacentista, barroca, americana, mariana, flamenca, torera, moderna, festiva, luminosa, perfumada, marinera, tradicional, hospitalaria, graciosa, cosmopolita, religiosa... Todos estos adjetivos y muchos más se podrían añadir a esta ciudad, que además de personificar el tópico de lo "español" y lo "andaluz", guarda tal cantidad de atractivos artísticos, culturales, de ocio, sociales y turísticos que sería prolijo enumerar; pero que la han convertido en una de las ciudades más universales, conocidas y visitadas del mundo, cuna e inspiración de escritores, pintores y artistas en general.

Resultaría imposible encontrar en una urbe tantos, tan variados y tan singulares monumentos y lugares de gran belleza como la Giralda, la Catedral, los Reales Alcázares, la Torre del Oro, el Patio de los Naranjos, la Maestranza, la Casa de Pilatos, la Plaza de España, el Parque de María Luisa, el Teatro de la Maestranza, el Palacio de San Telmo, el Archivo de Indias, el Barrio de Santa Cruz, la Lonja, el Palacio Arzobispal, la Fábrica de Tabacos, el Ayuntamiento, el Palacio de las Dueñas, la Torre de Don Fadrique, las Murallas, la Basílica de la Macarena, el Museo de Bellas

Artes, el Museo de Arte Contemporáneo, la Alameda de Hércules, el Barrio de Triana, los puentes sobre el Guadalquivir, la Cartuja y las instalaciones de la Expo 92, los edificios de la Exposición de 1929, la Casa de Luca de Tena, los patios de sus casas tradicionales, los balcones y rejas, y un sinfín de iglesias, conventos y detalles que convierten su centro histórico en un museo al aire libre.

Si a todo ello le añadimos sus tabernas, su gastronomía, sus fiestas y la gracia y hospitalidad de sus gentes, nos resulta un conjunto lleno de colorido, dramatismo, luz, música, alegría, tradición y modernidad, difícil de igualar” (*Guía de Turismo Idiomático de la provincia de Sevilla*, 2014

<http://www.turismosevilla.org/opencms2/export/sites/turismo/galeriaTablas/publicaciones/140/quiaturismoidiomatico.pdf>).

Respecto al turismo idiomático, dicha guía elaborada por la Diputación de Sevilla, son cada vez más el número de turistas que visitan la ciudad para el estudio del español en las diferentes escuelas que ofrece Sevilla, ya sean estudiantes o profesionales de la idiomática como profesores, universitarios, o alumnos de masters. Por ello, la Diputación de Sevilla junto con PRODETUR¹⁶ han desarrollado ciertas acciones encaminadas a diversificar la oferta turística de Sevilla. Uno de los segmentos en los que han trabajado es en el de turismo idiomático elaborando una guía dedicada únicamente al mismo con el objetivo de orientar a los turistas que buscan vivir nuevas experiencias estudiando el idioma, basándose en la oferta de recursos turísticos de inmejorable calidad con la que cuenta la ciudad. A partir de dicha guía se elaborará un itinerario turístico por los enclaves de mayor valor artístico y cultural de toda Andalucía con el fin de acercar a los turistas la idiosincrasia de su civilización y la riqueza patrimonial que existe en el territorio (*Ibid.*).

Para ello, en primer lugar, se propondrá un programa académico para el aprendizaje del español con diferentes cursos adaptados a las necesidades de los distintos tipos de consumidores que pudieran demandar los mismos. Se han propuesto un total de cuatro cursos en los que el aprendizaje del español se combina con otras actividades complementarias, ya sean para ampliar el horario de clases o para la realización de actividades fuera de las aulas. A continuación, serán expuestas las características de cada uno de ellos.

5.2. PROGRAMA DE ESTUDIOS BASADO EN VARIOS CURSOS PARA EL APRENDIZAJE DEL ESPAÑOL

5.2.1. Opción 1: curso intensivo de español

En primer lugar, se propone un curso intensivo básico del español. Se compone de un total de 20 horas de clase semanales repartidas en cuatro sesiones diarias de 50 minutos, es decir, cuatro horas al día, en horario de mañana, con su respectivo descanso de 40 minutos. Los grupos en este curso son reducidos pues, como máximo sólo permiten por aula la docena de alumnos.

A su vez, ofrece la posibilidad de ampliar la práctica del español a través de actividades desarrolladas fuera del horario lectivo propuesto, las cuales se expondrán una vez se hayan enumerado el resto de cursos de enseñanza. También permite la posibilidad de comenzar el curso cada lunes del mes por lo que resulta patente la flexibilidad de incorporación al mismo. El estudiante podría elegir la duración del mismo según el tiempo estimado que haya previsto para su estancia en la ciudad y, como es evidente, el precio del curso variaría en función del número de semanas que

¹⁶ Sociedad perteneciente a la Diputación de Sevilla cuyo objetivo principal es desarrollar acciones para la promoción, innovación y el desarrollo económico de la provincia. Entre sus principales ejes de actuación se encuentran; el turismo, fomentar el empleo y apoyar el tejido empresarial de la provincia, la promoción y sensibilización en las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y en la sostenibilidad medioambiental, apoyar a las entidades públicas de carácter local, entre otros temas.

decida recibir clases. En las siguientes tablas se muestra al detalle la información necesaria para la contratación del curso y el precio del mismo en función de su duración.

OPCIÓN 1: CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL	
20 horas de clase/semana	De lunes a viernes
Horario de 9h00 – 13h00	4 sesiones al día de 50 minutos cada una
Grupos reducidos	De 6 a 12 estudiantes por clase y nivel
Programa gratuito de actividades	10 horas de actividades extra académicas a la semana en horario de tarde o noche
Curso disponible durante todo el año y en todos los niveles A1, A2, B1, B2, C1 Y C2	Flexibilidad a la hora de comenzar el curso. podrá iniciarse cada lunes del mes

Tabla 1. Opción 1: Curso Intensivo de español

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la web de *FEDELE*, 2017

CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL	PRECIO
1 semana	160 euros
2 semanas	315 euros
3 semanas	460 euros
4 semanas	575 euros
De 5 a 11 semanas	135 euros/semana
A partir de 12 semanas	130 euros/semana

Tabla 2. Precios curso opción 1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la web de *FEDELE*, 2017

5.2.2. Opción 2: Curso Intensivo de español +4h o +8h

Seguidamente, se propone un intensivo básico de español como el expuesto anteriormente, pero ampliado con un mayor número de horas lectivas. Este curso permite la posibilidad de ampliar el horario de clases en cuatro u ocho horas semanales en función de las necesidades del estudiante.

Sin embargo, esta ampliación de clases tendría lugar en horario de tarde. Si el estudiante decidiera optar por ampliar su horario de clases en cuatro horas, tendría que asistir a clase dos días en horario de tarde. Si, por el contrario, decidiese ampliar en ocho horas semanales su curso, el número de días que tendría que asistir en horario de tarde sería de cuatro días, realizando un total de dos horas por día de ampliación. Las horas ampliables de este curso estarían pensadas para practicar la parte oral y la comunicación en el idioma.

Esta opción permite impartir dichas clases en grupos de entre 1 a 5 personas y resulta ideal para estudiantes con una duración de su estancia relativamente corta. La tabla siguiente muestra las principales características que presenta esta opción.

OPCIÓN 2: CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL +4H O +8H	
20 horas de clase/semana	De lunes a viernes
Horario de 9h00 – 13h00	4 sesiones al día de 50 minutos cada una
Opción de recibir entre 4 u 8 horas extras/semana en horario de tarde con contenidos comunicativos	Opción +4 horas: distribuidas en dos días (2h/día) Opción +8 horas: distribuidas en 4 días (2h/ día).
Grupos reducidos	De 1 a 5 estudiantes por clase
Programa gratuito de actividades	10 horas de actividades extra académicas a la semana en horario de tarde o noche
Curso disponible durante todo el año y en todos los niveles A1, A2, B1, B2, C1 Y C2	Flexibilidad a la hora de comenzar el curso. podrá iniciarse cada lunes del mes

Tabla 3. Opción 2: Curso Intensivo de español +4h o +8h

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la web de FEDELE, 2017

CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL +4H	PRECIO	CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL +8H	PRECIO
1 semana	215 euros	1 semana	295 euros
2 semanas	435 euros	2 semanas	595 euros
3 semanas	660 euros	3 semanas	895 euros
4 semanas	880 euros	4 semanas	1.190 euros
A partir de 5 semanas	210 euros/semana	A partir de 5 semanas	290 euros/semana

Tabla 4. Precios curso opción 2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la web de FEDELE, 2017

5.2.3. Opción 3: Curso intensivo de español para acreditación del DELE

La opción 3 es la mejor alternativa para los estudiantes que deseen acreditar su nivel de español mediante el DELE (Diploma de Español como Lengua Extranjera). Para ello, se ofrece un curso intensivo de las mismas características que las propuestas para la opción 1. No obstante, para aquellos alumnos que posean un nivel A1 o principiante será necesario que realicen el curso intensivo básico de español durante un periodo de ocho semanas más un total de cuatro semanas de asistencia al curso de preparación del DELE para así asegurarse superar de forma exitosa la prueba. A los precios de dicho curso habría que sumarle las tasas de examen que establece el Instituto Cervantes, las cuales variarán en función del nivel que pretendan acreditar con dicha prueba.

Se han establecido unos precios ficticios para las tarifas según el nivel a acreditar, los cuales se muestran en la siguiente tabla. Seguidamente, se expondrán las características propias de esta opción.

NIVELES	PRECIO
A1	108 euros
A2	124 euros
B1	160 euros
B2	188 euros
C1	197 euros
C2	207 euros

Tabla 5. Precios tasas DELE

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la web de FEDELE, 2017

OPCIÓN 3: CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL PARA ACREDITAR EL DELE	
30 horas de clase/semana	De lunes a viernes
Horario de 9h00 – 12h00	5 sesiones al día de 50 minutos cada una
Grupos reducidos	De 6 a 12 estudiantes por clase y nivel
Programa gratuito de actividades	10 horas de actividades extra académicas a la semana en horario de tarde o noche
Curso disponible durante todo el año y en todos los niveles A1, A2, B1, B2, C1 Y C2	Flexibilidad a la hora de comenzar el curso. podrá iniciarse cada lunes del mes

Tabla 6. Opción 3: Curso intensivo para acreditar el DELE

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recibidos en la web de FEDELE, 2017

CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL	PRECIO
1 semana	170 euros
2 semanas	325 euros
3 semanas	470 euros
4 semanas	585 euros
De 5 a 11 semanas	145 euros/semana
A partir de 12 semanas	140 euros/semana

Tabla 7. Precios curso opción 3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recibidos en la web de FEDELE, 2017

5.2.4. Opción 4: Curso Intensivo de español para profesionales

Por último, se encontraría la opción 4, la cual combina el curso básico intensivo de español con una ampliación de 6 horas adicionales en horario de tarde de carácter individual o privado, centradas en el ámbito de las profesiones, encaminadas a la práctica del léxico, las estructuras y todo aquello relacionado con el entorno profesional del estudiante; banca, marketing, turismo, etc. Tal y como se ha expuesto, dicho curso incluiría:

OPCIÓN 4: CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL PARA PROFESIONALES	
20 horas de clase/semana	De lunes a viernes
Horario de 9h00 – 14h00	4 sesiones al día de 50 minutos cada una
6 horas extras privadas a la semana en horario de tarde centradas en los negocios; medicina, turismo, derecho, traducción, economía, etc.	Ampliación en 6 horas lectivas repartidas en 3 días (2 horas/día)
Programa gratuito de actividades	10 horas de actividades extra académicas a la semana en horario de tarde o noche
Curso disponible durante todo el año y en todos los niveles A1, A2, B1, B2, Y C1	Flexibilidad a la hora de comenzar el curso. podrá iniciarse cada lunes del mes

Tabla 8. Opción 4: Curso intensivo de español para profesionales

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recibidos en la web de FEDELE, 2017

CURSO INTENSIVO DE ESPAÑOL	PRECIO
1 semana	320 euros
2 semanas	635 euros
3 semanas	955 euros
4 semanas	1.275 euros

Tabla 9. Precios curso opción 4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recibidos en la web de FEDELE, 2017

5.2.5. Actividades culturales incluidas en los cursos

Tras finalizar la exposición de los diferentes cursos propuestos, se explicará que actividades extra académicas podrán seleccionar los alumnos de los mismos pues, como ya se expuso con anterioridad, cada curso contempla un total de diez actividades gratuitas que podrían desarrollar fuera del horario lectivo.

Al día, se dedicarían dos horas a la práctica de las siguientes actividades:

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
“TARDE DE CINE”:	Sesión de cine de un film en español, seleccionado por alguno de los profesores de español del centro y con el que se podrá, una vez finalizado el mismo, con un refresco en la mano, comenzar un debate y compartir sensaciones.
“SALIDA DE TAPAS”	Programada los viernes de cada semana. Sería el evento perfecto para desconectar de una dura semana de estudio y/o trabajo degustando la rica gastronomía sevillana y andaluza que ofrecen los numerosos bares y restaurantes de la ciudad.

<p>“RUTA EN BICI POR LA CIUDAD”</p>	<p>Siempre y cuando el tiempo acompañe, una ruta en bici es una alternativa ideal para conocer la ciudad en el mayor carril bici de toda Europa con más de 170 km de trazado y, así descubrir todos los rincones de la Sevilla.</p>
<p>“DE COMPRAS POR EL CASCO ANTIGUO”</p>	<p>Esta actividad mostrará a los estudiantes la riqueza cultural que atesora su casco histórico, con sus mercados, tiendas de artesanía y otros establecimientos sitos en el mismo. Con ello, se pretende que el alumno desarrolle nuevas competencias en la comunicación y aprenda a desenvolverse con el español en tareas propias de la vida cotidiana, ampliando así su léxico.</p>
<p>“TALLERES DIVERSOS”</p>	<p>Taller de gastronomía andaluza: en el que se prepararían platos típicos andaluces con los alumnos de español. De esta manera, aprenderían de primera mano a preparar algunos de las recetas más tradicionales y ricas de la dieta mediterránea.</p>
<p>“TALLER DE SEVILLANAS”</p>	<p>No podría faltar una actividad dedicada a la cultura del flamenco y a la música tradicional andaluza. Se ofrecerían, por tanto, clases de sevillanas a los alumnos.</p>

5.3. PROPUESTA DE VISITAS TURÍSTICAS POR SEVILLA Y ANDALUCÍA

A continuación, se expone una propuesta de plan turístico dirigida a los alumnos con el fin de que puedan desarrollarla durante aquellos fines de semana que comprendan su estancia en la ciudad para así, hacer un buen aprovechamiento de las horas lectivas con la realización de los cursos ofrecidos de lunes a viernes y dedicar los demás días a visitar los diferentes enclaves turísticos de mayor relevancia de la región andaluza.

En el anexo 1, se incluirá una breve exposición sobre los monumentos y enclaves turísticos propuestos.

Dicho programa se establecerá por un periodo medio de 3 semanas de curso intensivo básico de 60 horas (20 horas/semanales) y tres días dedicados al excursionismo y al desarrollo de actividades y visitas turísticas por Andalucía guiadas por profesores del centro de estudios. Las mismas serán expuestas de manera individual, para así permitir al alumno la posibilidad de contratar aquellas que le sean más interesantes teniendo en cuenta también la disponibilidad que tengan los mismos para contratarlas.

5.3.1. Primer viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla



Figura 5.3.1. Visitas por Sevilla durante el primer viernes del curso
Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.2. Primer sábado del curso, visitas por la ciudad de Córdoba



Figura 5.3.2. Visitas por Córdoba durante el primer sábado del curso
Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.3. Primer domingo del curso, visita a la provincia de Cádiz

Se ofrecerían dos alternativas en función de la temporada en la que se desarrollen la actividad siendo, la ruta en bici la actividad que se desarrollaría en los días soleados de otoño o invierno y la opción de playa en época de primavera y verano.

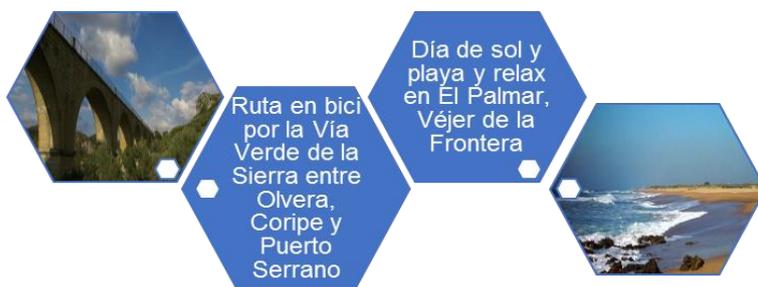


Figura 5.3.3. Visitas a la provincia de Cádiz durante el primer domingo del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.4. Segundo viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla



Figura 5.3.4. Visitas por la ciudad de Sevilla durante el segundo viernes del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.5. Segundo sábado del curso, visitas por la ciudad de Málaga



Figura 5.3.5. Visitas por la ciudad de Málaga durante el segundo sábado del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.6. Segundo domingo del curso, visita a la provincia de Granada o Málaga

Se ofrecerían dos alternativas en función de la temporada en la que se desarrolle la actividad siendo, la visita a Ronda la actividad que se desarrollaría en primavera y en

verano y, la opción de visitar Sierra Nevada durante los meses de invierno.



Figura 5.3.6. Visita a la provincia de Granada o Málaga, durante el segundo domingo del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.7. Tercer viernes del curso, visitas por la ciudad de Sevilla

Se ofrecerían varias opciones para concluir las visitas turísticas y culturales en la ciudad de Sevilla, las cuales son presentadas a continuación:



Figura 5.3.7. Visitas por la ciudad de Sevilla durante el tercer viernes del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.8. Tercer sábado del curso, visitas por la ciudad de Granada



Figura 5.3.8. Visitas por la ciudad de Granada durante el tercer sábado del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

5.3.9. Tercer domingo del curso, visita a la provincia de Huelva



Figura 5.3.9. Visitas a la provincia de Huelva durante el tercer domingo del curso

Fuente: Elaboración propia a partir de imágenes de *Andalucía.org*

CAPÍTULO 6

PARTE FINAL

6.1. CONSIDERACIONES FINALES Y CONCLUSIONES

Partiendo de la base de que España es un país considerado como un destino de turismo consolidado, se ha optado por el estudio de una emergente tipología de turismo que aporta una oferta complementaria a las ya tradicionales de sol y playa, centradas en el potencial cultural existente en su territorio. La práctica de turismo de idiomas, enmarcada dentro de la modalidad de turismo cultural, trae consigo numerosos beneficios que contribuyen al dinamismo del sector turístico español. No sólo ayuda a diversificar la oferta existente sino también favorece la disminución de la desestacionalización de la demanda pues, en el turismo idiomático, esta se reparte de forma homogénea durante todo el año en contraposición con la de turismo litoral, la cual se concentra principalmente en época estival. Se trata de una tipología emergente en España por su reciente aparición en el sector en comparación con otros países europeos, pero que cada vez registra un mayor número de desplazamientos ligados al aprendizaje del español, los cuales van incrementándose de forma muy significativa.

Por su parte, mediante el estudio de las cifras más relevantes de la lengua española, se ha conocido que se trata de una de las lenguas con un mayor número de hablantes en todo el orbe y que es considerado como el segundo idioma de comunicación internacional. Al mismo tiempo resulta ser un bien de gran dinamismo para la economía española por las características que presenta. En España, es cada vez mayor el número de turistas extranjeros que llegan motivados a aprender el español y a “empaparse” de su cultura.

A su vez, se ha comprobado que el número de centros y organismos dedicados a la enseñanza del idioma para extranjeros y a la promoción han aumentado a medida que ha crecido la demanda de esta modalidad, al mismo tiempo que lo han hecho los diferentes servicios culturales que son ofrecidos de forma complementaria al aprendizaje de la lengua española como actividades culturales o conferencias sobre el español.

No obstante, la demanda se reparte de forma desigual en el territorio español. Esto ocurre, por ejemplo, en Andalucía, región en la que se ha centrado el estudio. Se trata de la región española con mayor número de centros destinados al aprendizaje del español como lengua extranjera con 157 centros y es considerada como el primer destino de España para la práctica de esta modalidad.

En dicha región, se observa una fuerte concentración de centros de aprendizaje y de demanda en Málaga y su provincia. Esto se debe, en gran medida, a su diversa y consolidada oferta de turismo litoral unida a la de turismo cultural, las cuales convierten a Málaga en un destino de gran atractivo turístico con infinitud de posibilidades para los turistas.

Por número de estudiantes extranjeros de español y por la oferta de centros, le seguirían las ciudades de Sevilla y Granada.

No obstante, se ha podido comprobar que, en dichas polis, a pesar de contar con amplios recursos turísticos para el desarrollo de una amplia oferta cultural e idiomática, destinada a reducir la estacionalidad y a diversificar el sector turístico andaluz, la labor de promoción y estudio que se realiza sobre las mismas por parte de los órganos competentes es aún débil. Estos, centran, principalmente, sus esfuerzos a la

promoción de la tipología de sol y playa, modalidad con mayor tradición y consolidación en España desde los comienzos de la actividad turística en el país.

Dado el gran potencial de crecimiento que presenta el turismo lingüístico, según el Instituto Cervantes (*El español. Una lengua viva*, 2016) mediante sus previsiones sobre el aumento tanto del número de hispanohablantes como del incremento en el interés que suscita el estudio de dicha lengua, desde la perspectiva de la autora del presente trabajo, sería necesario ampliar las acciones promocionales y los estudios de este segmento con el fin de alcanzar altos niveles en la satisfacción de los turistas respecto al destino y fidelizar a los mismos con España y, en especial, con Andalucía.

Por otro lado, sería conveniente favorecer y divulgar, aún más si cabe, el estudio del español en el mundo con el fin de incrementar el número de estudiantes de este idioma, los cuales, podrían convertirse en potenciales demandantes de turismo idiomático en España contribuyendo, así, a la consolidación de dicho subsegmento. Todo ello teniendo en cuenta que la globalización en la que se encuentra el mundo inmerso, hace que el aprendizaje de un idioma sea una vía para ampliar mercados y nuevas fronteras entre naciones.

Del mismo modo, deberían promocionarse los recursos culturales con los que cuentan los destinos de España, y Andalucía, de gran riqueza patrimonial.

Además, después de haber analizado las características del turista francés, vemos que este tipo de turismo está perfectamente acorde con sus gustos y motivaciones. Con respecto al número de estudiantes, Francia ocupa el tercer lugar con cerca de 2,6 millones de estudiantes, sólo por detrás de EE.UU. con 7.820.000 y Brasil con 6.120.000 (*El español. Una lengua viva*, 2016).

Para ello, podría establecerse un mayor número de acciones promocionales basadas en una amplia oferta cultural de calidad a un precio competitivo, principales motivaciones de peso para los franceses a la hora de viajar, encaminadas a atraer un mayor número de turistas.

6.2. INDICACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

Por último, una vez expuestas las consideraciones finales y las conclusiones a las que se han llegado mediante la realización del presente trabajo de investigaciones, se exponen una serie de cuestiones sobre las que podrían versar futuras investigaciones o estudios sobre el turismo idiomático, como son las siguientes:

- ¿Cuáles son los beneficios, aparte de los económicos, que puede ofrecer el turismo idiomático a Andalucía?
- ¿Cuál es el rol de las administraciones públicas en el fomento del aprendizaje de la lengua española como recurso principal para la atracción de turistas?
- ¿Sería factible la creación de observatorios turísticos regionales dedicados exclusivamente a estudiar, analizar y promocionar este segmento turístico?
- ¿Qué recursos turísticos podrían considerarse más atractivos para los potenciales turistas idiomáticos?

Bibliografía

- Abellán, José Luis (1984): *Liberalismo y Romanticismo (1808-1874) Historia Crítica del Pensamiento Español*, IV, Espasa Calpe, Madrid.
- Americas, *Magazine de Tourisme: Actualité de Voyages en France et dans le monde* (2009): "Séville, 3^{ème} destination touristique en Espagne", <http://www.americas-fr.com/tourisme/sejours/seville-3eme-destination-touristique-en-espagne-4440.html>
- Andalucía Lab, 2017 <http://www.andalucialab.org/?s=turismo+idiom%C3%A1tico&snv=1>
- Andalucía.org (s.f.): "Así es Andalucía: Destinos", <http://www.andalucia.org/es/destinos/>
- Asociación de Escuelas de Español en Andalucía (s.f.): "Español en Andalucía", <http://aeaa.org/que-es-eea/>
- Baralo, M. (2006): "Turismo lingüístico, más y mejor", *Nexotur*, 507.
- Baralo, M. (2007): "Enseñanza de español y turismo: las estancias lingüísticas", *Mosaico. Ministerio de Educación y Consejería de Educación de Benelux*, 20, 32-36.
- Baralo, M. (2015): "El valor del idioma como recurso turístico, económico y cultural", *Signos Universitarios*, 51 (34).
- Barra Hernández, P. (2016): "El turismo idiomático", *Canelobre: Revista del Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil- Albert*, 66, 374-381.
- Bayón Mariné, F. (1999): *50 años del turismo español: Un análisis histórico y estructural*. Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid.
- Bourgine, J. (2016): "Séville, la si belle Andalousie", *L'echo touristique.com*, <http://www.lechotouristique.com/article/seville-la-si-belle-andalouse,82700>
- Buitrago Esquinas, E. (1997): "El turismo en Andalucía", *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI*, Cádiz 1997, 683-716.
- Butler, R. W. (1980): "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *The Canadian Geographer*, XXIV, 5.
- Camacho, J. Ma (2015): "Andalucía suma el mayor número de centros formativos de español para extranjeros", 25 de Mayo, *El economista.es*, <http://www.economista.es/economia/noticias/6738207/05/15/Andalucia-suma-el-mayor-numero-de-centros-formativos-de-espanol-para-extranjeros.html> (Consultado: 7/03/17)
- Cánoves Valiente, G; Prat Forga, J. Ma; Blanco Romero, A. (2016): "Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 71, 431-454.
- Cargest le Blog* (2013): "L'Andalousie, la première destination de la Méditerranée dans 10 ans", https://www.cargest.com/blog_fra/andalousie-la-premiere-destination-de-la-mediterranee-dans-10-ans/
- Castro Cordón, R. (2016): "Propuesta de circuito turístico para visitantes francófonos de la provincia de Sevilla: creación de tríptico en lengua francesa". (Trabajo fin de grado inédito). *Universidad de Sevilla*, Sevilla.
- Cohen, E. y Cooper, R. (1986): "Language and Tourism", *Annals of Tourism Research*. Vol. 13. pp. 533-535.
- Consejería de Turismo y Deporte (2010): "Plan estratégico de turismo idiomático: el español como recurso turístico en Andalucía", *Junta de Andalucía.es*, <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/143324252.pdf>
- Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía (2014): "Turismo francés en Andalucía", *Andalucía.org*, http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/francia_2014.pdf
- Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía (2015): "Balance del año turístico en Andalucía", *Andalucía.org*, http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/bata_2015_v1.pdf

- Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía (2015): "Turismo extranjero en Andalucía, 2015. Demanda Turística en Andalucía. Mercados Turísticos", *Andalucía.org*, http://www.andalucia.org/media/tinyimages/file/destino_ex_2015.pdf
- Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía (2015): "Turismo idiomático en Andalucía, 2016. Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos", *Andalucía.org*, http://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/turismo_idiomatico_v2.pdf
- Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía (2017): "Turismo cultural en Andalucía", *Andalucía.org*, http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_cultural_mar17.pdf
- COYUNTUR (2016): Informe "Boletín trimestral de coyuntura turística, tercer trimestre de 2016", Instituto de Turismo de España", 26, 5-23.
- COYUNTUR (2017): Informe "Boletín trimestral de coyuntura turística, primer trimestre de 2017", Instituto de Turismo de España", 27, 5-21.
- Cuadrado Roura, J. R; López Morales, J. M^a. (2015): "El turismo, motor del crecimiento y de la recuperación de la economía española", *Instituto de Análisis Económico y Social*, Universidad de Alcalá, 5-29.
- Davó Cabra, J. M. (2002) "El español como recurso económico en Francia: una aproximación desde el marketing", *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes*, 167-190.
- Del Águila Obra, A.R; Fernández Barrios, C; Padilla Meléndez, A. (2002): Los turistas extranjeros estudiantes de español. El caso de Málaga, *Instituto de Estudios Turísticos*, 154, 159-176.
- Díaz Domínguez, C; Santana Talavera, A. (2016): "Re-motivación en destinos turísticos, redistribución y poder", *CIDOB d'affaires Internationals*, 113, 107-122.
- Europa Press (2017): "Andalucía recibió 1.106.407 turistas extranjeros hasta febrero, un 16,9 por ciento más", 31 de marzo, <http://www.europapress.es/andalucia/turismo-00476/noticia-andalucia-recibio-1106407-turistas-extranjeros-febrero-169-ciento-mas-20170331095027.html> (Consultado 31/03/17).
- Europa Press (2017): "España podría alcanzar los 83 millones de turistas en 2017", 7 de abril, <http://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-espana-podria-alcanzar-83-millones-turistas-2017-20170407182702.html> (Consultado 8/04/17).
- EXCELTUR (2017): "Valoración turística empresarial de 2016 y perspectivas para 2017", *Perspectivas Turísticas*, 59, 3-80 <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/01/Informe-Perspectivas-N59-Balance-del-año-2016-y-previsiones-para-2017-web.pdf>
- FEDELE (2009): "Plan estratégico del turismo idiomático en España, 2009-2012". Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Gobierno de España, <http://blog.fedele.org/Almacen/Plan.pdf>.
- Fernández, S. (2017): "España recibió 75,3 millones de turistas en 2016", 12 de enero, *El Mundo.es*, <http://www.elmundo.es/economia/2017/01/12/587751a246163f6d518b4600.html> (Consultado 7/03/17).
- Ferrari, G; Monterio Lorenzo, J.M.; Mondéjar Jiménez, J.; Vargas Vargas, M. (2010): *Investigaciones, métodos y análisis del turismo*, Septem Ediciones, España.
- Figuier, B. (2012): "Espagne: 1 million de Français ont choisi l'Andalousie en 2011", *Tourmag.com*, http://www.tourmag.com/Espagne-1-million-de-Francais-ont-choisi-l-Andalousie-en-2011_a51762.html (Consultado 7/3/17).
- Ganfornina Herranz, N. (2006): "El turilingüismo en España: actitudes y preferencias de los estudiantes universitarios estadounidenses de E/LE". (Trabajo de fin de master inédito). *Universidad Antonio de Nebrija*
- García Valdés, O. (2007): "El español en...Francia", *Cervantes.es*, http://www.cervantes.es/imagenes/File/prensa/revista/17/EI%20espa%C3%B1ol%20en_rc17.pdf

- González, R. (2014): "La Diputación potencia el turismo idiomático en la provincia", *Sevilla Directo.com*, 6 de octubre, <http://www.sevilladirecto.com/la-diputacion-potencia-el-turismo-idiomatico-en-la-provincia/> (Consultado: 4/03/17).
- Güemes Barrios, J.J. (2001): "El español como recurso turístico: el Turismo Idiomático", *II Congreso Internacional de la Lengua Española "El español en la Sociedad de la Información"*, http://congresosdelengua.es/valladolid/mesas_redondas/guemes_j.htm
- Hernández mogollón, J. (2010): "Evolución del Turismo Idiomático en España: un sector estratégico en auge", *Instituto de Estudios Turísticos*. Ministerio de Economía de España, 186, 45-68.
- Hernández Mogollón, J; Campón Cerro, A.M. (2011): "Turismo idiomático en el medio rural: Una propuesta para su desarrollo y comercialización", *TURyDES*, 10 (4).
- InfoMálaga.com* (2016): "La Junta apuesta por aprovechar en Andalucía el buen momento del turismo idiomático", 15 de noviembre, <http://infomalaga.com/es/la-junta-apuesta-por-aprovechar-en-andalucia-el-buen-momento-del-turismo-idiomatico/> (Consultado: 15/03/17).
- Instituto Cervantes* (2002): "Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación", http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/marco/cvc_mer.pdf
- Instituto Cervantes* (2016): "El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2016", 13 de diciembre, *Cervantes.es*, http://www.cervantes.es/sobre_instituto_cervantes/prensa/2016/noticias/anuario-el-esp%C3%B1ol-en-el-mundo-2016.htm
- Instituto Cervantes* (2017): "Centros acreditados en Andalucía", http://acreditacion.cervantes.es/centros_espana.htm#andalucia
- Instituto de Estudios Turísticos* (2017): "Balanza de pagos: Ingresos por turismo 2017", *Turespaña*, [http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=/Balanza%20Pagos/Estructura/Anual/Ingresos%20%20por%20turismo%20\(millones%20de%20euros\).%20-%20Ref.543&par=1&idioma=es-ES&anio=2017](http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=/Balanza%20Pagos/Estructura/Anual/Ingresos%20%20por%20turismo%20(millones%20de%20euros).%20-%20Ref.543&par=1&idioma=es-ES&anio=2017)
- Instituto Nacional de Estadística* (2015): "Cuenta satélite del Turismo de España. Base 2010.Serie contable 2010-2015", http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?path=/t35/p011/base_2010/serie//I0/&file=01001.px
- Instituto Nacional de Estadística* (2015): "Encuesta de turismo de residentes, ETR/FAMILITUR", http://www.ine.es/proyectos/turismo/proyecto_ETR.pdf
- Jafari, J. (2002): *Enciclopedia del turismo*, Síntesis.
- Jaworski, A ; Thurlow. C. (2011) : "Tourisme discourse : Languages and banal glogalization", Vol.2, 285-312.
- Junta de Andalucía (2013): "Plan director de promoción turística de Andalucía, 2013-2016", *Consejería de Turismo y Comercio*, 23-90.
- Junta de Andalucía (2015): "Turismo cultural en Andalucía. Demanda turística. Segmentos Turísticos", 3-12.
- Ledesma, Miguel (2016). *Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales*, Buenos Aires.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte* (2014): "El Mundo estudia español: Francia 2014", 256-276 <http://www.mecd.gob.es/dctm/redele/Material-RedEle/el-mundo-estudia-espanol/el-mundo-estudia-espanol2014.pdf?documentId=0901e72b81c71bd2>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte* (2016): "Anuario de Estadísticas Culturales, 2016", http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/principales-resultados/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2016_Principales_resultados.pdf
- Navarro Macías, V.M. (2014): "Turismo idiomático: estrategias y tendencias del mercado", Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, (Trabajo de Fin de Máster Inédito), *Universidad de Cádiz*, Cádiz.

- OITS (2014): "Le tourisme social dans le monde. Dossier: Les vacances des jeunes", *Organisation Internationale de Tourisme Social*, 155, 12-13.
- OMT (s.f.): "Entender el turismo: glosario básico", *Organización Mundial del Turismo*, <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT (2016): "Panorama OMT del turismo internacional, 2016", *Organización Mundial de Turismo*, 2-16, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
- Pardo Abad, C.J. (2011): "El turismo idiomático en España como potenciador cultural en ciudades patrimoniales: el caso de Salamanca y Alcalá de Henares", *Cuadernos de Turismo*, 27, 701-723.
- Peiro, P. (2015): "El turismo idiomático del español crece en todo el mundo", *El País.com*, 24 abril, http://cultura.elpais.com/cultura/2015/04/24/actualidad/1429890190_812984.html (Consultado: 8/03/17).
- Piédrola Ortiz, I.; Artacho Ruiz, C.; Villaseca Molina, E.J. (2016): "El benchmarking aplicado al turismo idiomático: una herramienta para lograr estrategias innovadoras de gestión. Caso de York (Inglaterra) y Córdoba (España)", *International Journal of Scientific Management Tourism*, 3 (2), 267-289.
- Piédrola Ortiz, I.; Artacho Ruiz, C.; Villaseca Molina, E.J. (2012): "El turismo idiomático como motor de desarrollo económico, educativo y cultural", *I Congreso Internacional: El patrimonio cultural y natural como motor de desarrollo: investigación e innovación*, (pp. 1733-1745), A. Peinado Herreros (Coord), enero 2011, Jaén.
- Porras, C. (2016): "El idioma triunfa como producto turístico", 22 de noviembre, *Hosteltur*, https://static.hosteltur.com/web/uploads/2016/11/El_idioma_triunfa_como_producto_turistico_3.pdf (Consultado: 8/03/17).
- Preferente.com* (2015): "El turismo idiomático deja en España 2.000 millones al año", 25 de abril, <http://www.preferente.com/noticias-turismo-destinos/el-turismo-idiomatico-deja-mas-de-2-000-millones-al-ano-en-espana-252903.html> (Consultado: 8/03/17).
- Richards, G. (1996): *Cultural Tourism in Europe*, Atlas, Wallingford.
- Santana Talavera, A. (2003): "Turismo cultural, culturas turísticas". *Horizontes antropológicos*, 20 (9), 31-57.
- Serrano, Ma. M. (1993): "Viajes y viajeros por la España del siglo XIX", *Cuadernos críticos de Geografía Humana*, 98.
- Spain.Info* (s.f.): "Aprender español", <http://www.spain.info/que-quieres/aprender-espanol/?jsessionid=7BF21371FE4C5F8A6F06E4748D10B88A?l=es>
- Spain.Info* (s.f.): "Patrimonio mundial de España", <http://www.spain.info/es/consultas/arte/patrimonio-mundial.html>
- Taboada de Zúñiga Romero, P. (2010): "Una aproximación al turismo idiomático en España. El caso particular de las ciudades históricas", *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 4 (12), 757-782.
- Teinteresa.es (2016): "El español, segundo idioma extranjero entre los estudiantes de secundaria de Suecia, Francia y Noruega", 1 de febrero, http://www.teinteresa.es/espana/EXTRANJERO-ESTUDIANTES-SECUNDARIA-FRANCIA-NORUEGA_0_1514848971.html (Consultado:4/03/17).
- TURESPAÑA (2008): "Turismo Idiomático. Estudios de Productos Turísticos", nº 4, Gobierno de España.
- TURESPAÑA (2016): "Datos de turismo 2016", Ministerio de Energía, Turismo y Agenda digital.
- Vitores Fernández, D. (2016): "El español. Una lengua viva, 2016", Departamento de Comunicación Digital, *Instituto Cervantes*, 5-58.
- Vizcaíno Ponferrada, Ma. L. (2015): "Evolución del turismo en España: el turismo cultural", *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol.4, 75-95.

Anexos

ANEXO 1: BREVE EXPOSICIÓN SOBRE LOS PRINCIPALES MONUMENTOS Y ENCLAVES TURÍSTICOS PROPUESTOS EN EL PLAN TURÍSTICO.

1.1. PRIMER VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA

Los **Reales Alcázares**, considerado como uno de los palacios más antiguos de todo el orbe. Una edificación que ha experimentado numerosas etapas en el tiempo, las cuales pueden observarse en sus muros por la influencia de las distintas culturas que convivieron en la ciudad desde el final del siglo XI hasta la actualidad. Resultó ser un palacio fortaleza erigido por Abd Al Ramán III y en él es palpable la riqueza arquitectónica de su edificación. Destacan las salas con exquisitos adornos de yesería, artesonados y alicatados, además de los maravillosos jardines y fuentes que dentro del mismo se encuentran.

Por su grandiosa belleza, destacan el Patio de las Doncellas decorado con espectaculares zócalos de azulejos, o el Patio de las Muñecas, el cual cuenta con una maravillosa colección de capiteles de gran valor artístico.

Por su parte, destaca también el estilo renacentista en algunas de sus estancias fruto de las posteriores modificaciones que sufrió el palacio con el paso de los años, destacando así algunos altares de azulejos, el retablo pictórico dedicado a la Virgen de los Navegantes sito en el Cuarto del Almirante o en los conocidos como Salones de Carlos V, los cuales aguardan tapices que narran la conquista de Túnez por dicho rey.

La monarquía de los Borbones, en el siglo XIX, también dejaron su huella en palacio. Se encargaron de acomodar los espacios en la planta alta del edificio, reformando antiguas estancias y realizándolas con tapices, lámparas, muebles, pinturas y relojes de la época.

El **Archivo General de Indias** es considerado como uno de los centros documentales con mayor importancia que existen y que aguarda información sobre el descubrimiento y la conquista del Nuevo Mundo, las Américas. Mandado construir por Felipe II, este edificio fue concebido para ser usado como Lonja de Mercaderes cuya autoría le fue asignada a Juan de Herrera, un importantísimo arquitecto de la época. Es en época del reinado de Carlos III, cuando éste decide adaptarlo mediante una intervención arquitectónica como Archivo General de Indias y así poder ser usado para centralizar en dicho edificio toda la documentación relacionada con las posesiones del territorio español en ultramar entre el siglo XV y XIX.

La **Catedral de Sevilla** fue construida en 1401 en el lugar donde se encontraba ubicada la antigua Mezquita Mayor, la cual era de estilo almohade y de la que se conserva en la actualidad su alminar, la célebre Giralda y el Patio de los Naranjos. Este templo de estilo gótico está considerado como una de las catedrales más amplias de todo el orbe por sus enormes dimensiones. Consta de 25 capillas y 5 naves. A su vez, aguarda en su interior numerosas obras artísticas de los pintores y escultores más célebres de toda España. Destacan también las vidrieras y las cubiertas de la edificación, de enorme valor arquitectónico.

La **Giralda**, es el alminar de la mezquita mayor de Sevilla, en la actualidad, la Catedral de la ciudad, su construcción comenzó en 1184. Su denominación viene de la veleta que remata su torre, la cual se conoce como el Giraldillo, el icono más simbólico de Sevilla. El Giraldillo fue en época renacentista la escultura de bronce erigida de mayor tamaño y, en un principio, se denominó como el "Triunfo de la Fe Victoriosa". Para la construcción de dicha torre, se utilizaron restos de algunas sillería y edificaciones de la Sevilla romana. Sus obras finalizaron en 1568 cuando se le añadió un conjunto de campanas renacentistas, un total de 24 campanas: 18 de volteo y 6 de badajo. En la actualidad, es el templo español con mayor número de campanas.

El **Barrio de Santa Cruz**, constituye una de las antiguas juderías de la ciudad. Es junto con Triana el barrio más célebre y concurrido de la ciudad por su encanto y las leyendas que se tienen de él. Es digno de admiración por sus callejuelas, sus patios repletos de flores y fuentes, sus grandiosas casas señoriales y el olor a azahar que se respira en el entorno. Han sido numerosos poetas, músicos y escritores, conocedores de la herencia histórica de sus calles, los que han tomado de inspiración este enclave de gran singularidad. Entre los lugares más

emblemáticos y frecuentados por turistas destacan El Callejón del Agua, la Plaza de Doña Elvira, La Plaza de los Venerables y la Calle de Mateos Gago, entre otros. A su vez, es un barrio con infinidad de bares y tabernas de gran atractivo turístico, no sólo por la gastronomía que ofrecen sino también por las actividades culturales que allí se desarrollan (cantes con guitarra y baile flamenco improvisados, tertulias y reuniones cofrades, etc).

1.2. PRIMER SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE CÓRDOBA

La **Mezquita de Córdoba**, es reconocido como el monumento más relevante de todo el Occidente islámico y uno de los que mayor impacto genera del planeta. En su arquitectura se observa la evolución del estilo omeya en España, además de los diferentes estilos arquitectónicos que predominan en él: gótico, renacentista y barroco. Construida por manos de los visigodos bajo el solar de la Basílica de San Vicente, fue compartida durante algún tiempo por musulmanes y cristianos hasta que la población musulmana creció de tal manera que Abderramán I, decidió destruirla para erigir una de mayor tamaño, la cual se convertiría en la primera Mezquita Alhama de Córdoba. En la actualidad son cinco las zonas en las que se divide todo el edificio, las cuales corresponden a las distintas ampliaciones que fueron llevadas a cabo en la antigüedad. A su vez, se distinguen dos zonas diferenciadas, el sahn porticado o patio, donde se ubica el alminar y el haram o la sala de oración.

La **Calleja de las Flores** considerada como una de las calles más frecuentadas por turistas y célebres de la ciudad cordobesa. Es un estrecho pasaje compuesto de suelos empedrados y arcos, en el que al final del mismo se encuentra una hermosa plazuela repleta de macetas con claveles y geranios, un auténtico espectáculo visual y de agradables olores. A su vez, ofrece una de las vistas más románticas de la Mezquita. Adicionalmente, se recomienda la visita a los patios cordobeses durante el mes de mayo, periodo en el cuál los mismos se engalanan para rendir culto a la festividad que lleva su nombre "La Fiesta de los Patios". Destacan por el atractivo que desprenden al encontrarse decorados con infinidad de flores y macetas y al transmitir maravillosos olores entremezclados como el jazmín y el azahar. Son los patios de los barrios de Santa Marina, San Agustín o los de San Basilio, los que mayor fama presentan.

El **Alcázar de los Reyes Cristianos** es un edificio de carácter defensivo muy peculiar pues, no sigue las características propias que presentan las fortificaciones árabes. Se trata de una edificación que se encuadra dentro de la arquitectura militar propia de la reconquista cristiana que sufrió la ciudad. En el año 1482, se convierte en Cuartel General de las tropas de los monarcas Isabel y Fernando, los Reyes Católicos. Fue durante una década donde se desarrolló la estrategia de la conquista del Reino de Granada, último reino árabe de toda España y donde tuvieron lugar las primeras negociaciones con Cristóbal Colón sobre los planes del mismo ante el primer viaje al Nuevo Mundo.

El **Puente Romano**, el cual se cree que fue erigido por el Emperador Augusto, se compone de un total de 16 arcos. En la parte inicial del puente se encuentra una escultura de San Rafael (1651), la cual siempre está rodeada de flores y velas como resultado de las plegarias de sus devotos. A pesar de conservarse el puente en buen estado, ha sido protagonista de numerosas guerras y revueltas.

1.4. PRIMER DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE CÁDIZ

Se ofrecerían dos alternativas en función de la temporada en la que se desarrollen la actividad siendo, la ruta en bici la actividad que se desarrollaría en los días soleados de otoño o invierno y la opción de playa en época de primavera y verano.

La **Vía Verde de la Sierra**, comprende una extensión de 36 Km. Se encuentra ubicada al pie de las más meridionales sierras de la península, entre los pueblos de Olvera y Puerto Serrano, sitios en Cádiz, y entre ambos, Coripe, el cual pertenece a la provincia de Sevilla. Dicha ruta comienza en la antigua Estación de Olvera, en la cual se sitúa el Centro De Interpretación "Vía Verde de la Sierra". Destaca en este paisaje el dominio de los ríos Gualdalporcún y Guadalete y, en la parte más alta, el del río Guadamanil. Sus túneles y pasarelas, cuelgan de forma que parecen impactantes balconadas. Destaca por su espectacularidad, el paso por el Peñón de Zaframagón, el cual es considerado como la mayor reserva de buitres de la región andaluza. El recorrido de la misma concluye en la Estación de Puerto Serrano.

Se trata de un recurso de gran riqueza medioambiental y gran interés desde el punto de vista turístico que permite dar a conocer al visitante el enorme patrimonio natural de dicho enclave mientras desarrollan actividades deportivas.

El **Palmar**, una playa kilométrica con un bello paisaje en la que el relax y la tranquilidad sólo se verían alterados por el viento que, con frecuencia, se da en la zona, El cual permite la práctica de diversos deportes acuáticos como el Windsurf.

1.5. SEGUNDO VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA

La **Torre del Oro**, es en la actualidad el Museo Marítimo de Sevilla. Se trata de una torre de defensiva de 36 metros construida en el siglo XIII y situada en el margen izquierdo del Guadalquivir, que sirvió para cortar el paso de las embarcaciones enemigas. La misma, defendía la entrada por el río hacia el Puente de Barcas y, por tierra, el paso hacia el Arenal. Ésta se unía a la Torre de la Plata a través de una muralla que comunicaba con el Alcázar. Antes de ser museo fue usada como almacén de pólvora, prisión de la nobleza o capilla. Es junto a la Giralda, uno de los emblemas de la ciudad.

La **Plaza de España**, fue construida con motivo de la exposición iberoamericana de 1929 que se celebró en la ciudad. Destaca por el estilo arquitectónico de su construcción, el estilo regionalista. En ella, se combina el ladrillo visto con azulejería y, numerosas y coloridas decoraciones en cerámica e incluye bellísimos mosaicos en azulejos de cada una de las provincias españolas. Además, pueden darse tranquilos paseos en barca alrededor de la mismas.

El **Parque de María Luisa** está formado en parte por los jardines pertenecientes al Palacio de San Telmo, los cuales fueron donados en 1893 a la ciudad de Sevilla por la Infanta María Luisa (duquesa de Montpensier). Fue elegido como ubicación principal para la Exposición Hispanoamericana de 1929 y su estilo recuerda, en parte, al de los jardines del Generalife y La Alhambra de Granada. Con 34 hectáreas de extensión, cuenta con una gran variedad de especies vegetales organizadas en torno a fuentes, estanques y monumentos y un sinfín de especies avícolas (pájaros cantores, patos, cisnes, pavos reales, etc.) los cuales esperan ser alimentados por los que pasean dentro del mismo. En la zona norte del parque se encuentra ubicado la Plaza de España.

Triana es uno de los barrios más espectaculares y alegres de la ciudad, donde es fácil observar la esencia de Sevilla y el carácter de sus gentes donde han vivido durante generaciones y generaciones grandes toreros, artistas y marineros. No se puede pasear por Triana sin visitar la Capilla de los Marineros, la cual guarda la Virgen Esperanza de Triana, una de las imágenes más bellas y queridas por los sevillanos. La calle Betis es una de las más concurridas del barrio y la que ofrece una bella panorámica sobre los monumentos sitios en la otra orilla del Guadalquivir.

1.6. SEGUNDO SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE MÁLAGA.

El **Castillo de Gibralfaro** fue usado como puesto de vigía por los árabes, aunque se prevé que existiera con anterioridad a la época romana. Su nombre procede del lugar donde está ubicado "Jabal- Faruk" (montaña de faro). No fue hasta el siglo XIV cuando se construyó el castillo y otras dependencias de la edificación.

El **Museo Carmen Thyssen**, situado en el Palacio de Villalón en el centro histórico de la ciudad cuenta con un total de 230 obras que forman parte del arte del siglo XIX español, especialmente destaca la pintura andaluza de estilo romántica y costumbrista. Entre los artistas que componen la colección destacan Zurbarán, Zuloaga o Joaquín Sorolla, entre otros muchos.

El **Teatro romano**, edificado por el emperador Augusto, se sitúa en la parte oeste del cerro de la alcazaba y fue utilizado hasta el siglo III como tal. Ya en siglo V y VI, se convierte en cementerio y con los años, sirvió de cantera para que los árabes realizaran la reestructuración de la Alcazaba. Éste fue descubierto en 1951 tras permanecer bajo tierra durante siglos. Se compone de tres zonas; la grada o cávea, la orchestra y el escenario o proscenium. El escenario aún conserva en buenas condiciones el púlpito, cuyo frente aún mantiene restos de la pintura original.

El **Museo Picasso** consta de una colección compuesta por 233 obras las cuales representan las innovaciones revolucionarias del pinto. El museo cuenta además con

actividades educativas y culturales, con una librería especializada y numerosas exposiciones temporales.

1.7. SEGUNDO DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE GRANADA O MÁLAGA

Se ofrecerían dos alternativas en función de la temporada en la que se desarrolle la actividad siendo, la visita a Ronda la actividad que se desarrollaría en primavera y en verano y, la opción de visitar Sierra Nevada durante los meses de invierno.

Ronda, la milenaria ciudad posee uno de los más bellos Conjuntos Históricos más bellos de todo el territorio español pues, alberga un diverso y rico patrimonio histórico. “Es a Ronda a donde habría que ir, si vais alguna vez a España a pasar una luna de miel o con una amiguita. La ciudad entera y sus alrededores son un decorado romántico. (...) Bellos paseos, buen vino, excelente comida, nada que hacer...” (Ernest Hemingway).

Sierra Nevada, sita en pleno sistema penibético y perteneciente al término del municipio de Monachil (Provincia de Granada) se encuentra la estación de esquí más sureña de Europa. Ésta alberga los picos más altos de la Península; el Mulhacén (3.478 metros) y el Veleta (3.394 metros) a tan sólo 100 km del mar (Mediterráneo) y la costa (Tropical). Un total de 115, 6 km esquiables, la calidad de su nieve, la gran oferta de ocio complementaria que presenta y sus 120 pistas señalizadas hacen de este lugar un enclave idóneo para la práctica de deportes de nieve y lo posiciona como un referente internacional para el turismo de nieve. A su vez, posee la condición de Parque Nacional por tratarse de un paraíso de gran valor medioambiental por lo que la UNESCO lo declaró reserva de la Biosfera en 1986.

1.8. TERCER VIERNES DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE SEVILLA

Se ofrecerían varias opciones para concluir las visitas turísticas y culturales en la ciudad de Sevilla, las cuales son presentadas a continuación:

Isla Mágica es una inmensa isla caracterizada por su naturaleza y arquitectura, Cuenta con un total de ocho espacios ambientados en el siglo de los descubrimientos (la Guarida de los Piratas, la Fuente de la Juventud, Amazonia, El Dorado, Puerta América, Sevilla: Puerto de Indias, Mundo Maya, y la Metrópolis de España), los cuales arrastran al visitante a viajar en el tiempo mediante sus atracciones y sus sorprendentes audiovisuales y espectáculos. Destacan algunas atracciones más célebres y frecuentadas como, por ejemplo, el Jaguar, los Rápidos del Orinoco, o la Anaconda.

La **Real Maestranza de Caballería de Sevilla** es una de las plazas de toros más importantes y más antiguas de toda España y la primera con forma ovalada, comúnmente conocida como la “Catedral del Toreo”. A su vez, alberga una Sala de Exposiciones – Museo en el que puede verse una variada muestra de pinturas de temática taurina de los siglos XVIII, XIX Y XX. En el otro sector de la exposición, se ubica una sala en la que se encuentran expuestos algunos de los juegos que practicaban los jóvenes de la nobleza en los siglos XVII y XVIII. También pueden visitarse la Cuadras de los Caballos Rejoneadores, y la Capilla de los Toreros en el que puede apreciarse un genuino retablo dedicado a la Virgen de Nuestra Señora de la Caridad, imagen que goza de gran devoción entre los toreros.

El **Metropol Parasol o Setas de la Encarnación**, es considerada la mayor estructura de madera de todo el orbe. Cuenta con una altura de 29 metros y unas dimensiones 150 x 70 metros y está formado por enormes columnas de hormigón, en las cuales se encuentran los ascensores que llevan al espectacular mirador. Se trata de una moderna edificación con un diseño muy peculiar, cuenta con seis parasoles que tienen forma de setas gigantes, el cual se inspira en las bóvedas de la Catedral de la ciudad y a los árboles que se encuentran en una plaza cercana, la Plaza del Cristo de Burgos.

Dicha edificación cuenta con un total de cinco niveles diferenciados. En la parte superior, se encuentra el mirador y un camino panorámico de plataformas. Dentro de los parasoles centrales, se encuentra habilitada un área para eventos y tapas. En un nivel inferior, puede apreciarse una gran plaza destinada a la celebración de eventos de diversa temática.

A nivel de suelo, se encuentran el Mercado de la Encarnación y numerosos establecimientos de restauración y comerciales.

La **Basílica Menor de la Santísima María de la Esperanza Macarena** es una bella iglesia de construcción moderna (1949), la cual guarda la imagen más venerada de Sevilla, la Virgen de la Esperanza, talla de mediados del XVII popularmente conocida como la Macarena.

Destacan en su decoración los mármoles polícromos, las pinturas al agua de Rafael Rodríguez y los retablos en dorada en los que se veneran numerosas imágenes religiosas. Madera a su vez, en su interior puede visitarse el Museo donde se encuentran expuestos los diversos enseres de dicha Hermandad.

La **Alameda de Hércules** es el más antiguo jardín público de Europa, y la plaza con mayores dimensiones del casco histórico de Sevilla. Creada en 1574, debe su nombre a las estatuas de Hércules colocadas en dos grandes columnas traídas de un antiguo templo romano. Con los años, este espacio ha pasado de ser una zona decadente a un lugar de moda muy frecuentado por sevillanos y extranjeros por la gran cantidad de bares y animados clubs.

1.9. TERCER SÁBADO DEL CURSO, VISITAS POR LA CIUDAD DE GRANADA

La **Alhambra**, ciudad palatina de origen andalusí sita en la ciudad de Granada y una de los monumentos más visitados de España. Comprende un conjunto de jardines, palacios y fortaleza o alcázar. Se trata de un enclave que albergaba una auténtica ciudadela dentro de la propia ciudad de Granada, la cual daba alojamiento al monarca y a la corte del reino de los nazaríes. Destaca no sólo por su decoración andalusí, sino también es admirable por su localización, ubicada en lo más alto de una colina, y por el paisaje tan bello que genera su presencia. El Patio de los Leones es, sin lugar a dudas, uno de los espacios más llamativos y bellos que pueden visitarse dentro de ella.

El **Palacio del Generalife** fue una villa rural ajardinada con numerosos huertos, la cual fue habitada por los reyes musulmanes de la ciudad como lugar de descanso. Este palacio se encuentra a las afueras de la Muralla de la Alhambra, concretamente al este, en el Cerro del Sol. Se cree, por la arquitectura y decoración más longeva que presenta, que debió ser levantado a finales del siglo XIII por Muhammad II, segundo sultán de la dinastía nazarí de Granada. Fue junto con la Alhambra declarado, por la UNESCO, Patrimonio de la Humanidad en 1984.

El **Albaicín y el Sacromonte**, ambos Patrimonio de la Humanidad, son dos de las barriadas con más encanto e historia de la ciudad granadina. Destacan las laberínticas calles ceñidas y perfumadas a jazmín propias del Albaicín, además, de sus impresionantes vistas a la Alhambra y sus peculiares casas o viñas (Carmen Granadino).

El **Sacromonte**, por su parte, es célebre por sus cuevas. Fue el barrio donde se instalaron los gitanos que acompañaron a las tropas de los Reyes Católicos al conquistar Granada. En muchas de esas cuevas esta etnia sigue celebrando sus fiestas y celebraciones flamencas donde no faltan el cante y el baile. Es en este lugar donde se origina el tradicional baile de la zambra, una danza flamenca bailada por gitanos de la que se cree que proviene de una evolución de antiguas danzas moriscas.

El **Mirador de San Nicolás**, es el más emblemático de la ciudad. Desde el mismo se observan un de las más bellas vistas de la Alhambra con Sierra Nevada al fondo. Se ubica en una pequeña explanada de suelo empedrado donde también se encuentra la Iglesia de San Nicolás.

La **Calle Reyes Católicos** es una de las más importantes vías urbanas de la ciudad, la cual se encuentra situada en pleno centro histórico y monumental de la misma. Comienza en la célebre plaza Puerta Real y termina en la Plaza Nueva, dos de los puntos más conocidos y frecuentados por paseantes y turistas de toda Granada.

Por su parte, la **Gran Vía de Colón**, es otra de las calles con más historia, y que destaca por ser una de las más emblemáticas y transitadas de la ciudad al considerarse la principal arteria del casco antiguo. Surge tras una remodelación de la antigua vía que allí se encontraba en un intento, por parte del promotor del proyecto, de mejorar el tránsito de mercancía, la ornamentación pública y la higiene en las calles de la ciudad.

1.10. TERCER DOMINGO DEL CURSO, VISITA A LA PROVINCIA DE HUELVA

El **Rocío**, pequeña aldea del municipio de Almonte (Huelva) de pequeñas casa blancas que se sitúa a 15 kilómetros de Matalascañas, pedanía a la que se accede por un camino que bordea el Parque Nacional de Doñana, recorrido que destaca por sus espectaculares vistas y paisaje.

Es un enclave de mucha tradición, el cual se sitúa alrededor de la Ermita de la Virgen del Rocío, la cual guarda la Blanca Paloma o la Virgen del Rocío que data del siglo XIV. Esta imagen es venerada por miles de fieles que van a visitarla. Es durante su romería, cuando más de un millón de feligreses peregrinan hasta ella para venerar a la Virgen. Su ideal paraje permite la práctica de actividades ecuestres y la celebración de numerosos concursos de hípica.

El **Parque Nacional de Doñana** alberga un bello entramado de paisajes (marismas, cotos y pinares, vetas y veras, lagunas y caños, dunas y, playas y acantilados de gran espectacularidad) que son un paraíso para la infinidad de aves que migran hacia su humedal, el más importante de Europa. Entre los paisajes más llamativos por el atractivo que presentan destacan sus dunas entre las que se encuentra un tramo de más de 25 km de playa virgen y arenas blancas y, la duna fósil del Asperillo, de 30 metros de altura,

Matalascañas, sita junto al Parque Nacional de Doñana, se considera uno de los destinos de sol y playa más importantes de toda la Costa de la Luz, al que acuden multitud de veraneantes ya sean nacionales o extranjeros a pasar sus vacaciones con familia y amigos. Cuenta con multitud de infraestructuras dedicadas al turismo y al ocio; hoteles, restaurantes, bares, comercios, etc.

ANEXO 2: IMAGÉNES DE LOS FOLLETOS DISEÑADOS PARA LOS CURSOS, LAS EXCURSIONES Y LAS ACTIVIDADES CULTURALES INCLUIDAS EN LOS MISMOS.

EXCURSIONS

Ce programme offre des visites dans la ville tous les vendredis après les cours. Pendant 3 vendredis pour connaître les endroits les plus touristiques et beaux de la ville de Séville.

1^{er} vendredi du cours

Vous pourrez visiter de merveilleux monuments comme la *Cathédrale*, l' un des temples les plus grand du monde, la *Giralda*, l' *Archivo de Indias*, et les *Reales Alcázares*. Vous pourrez faire un promenade par le quartier *Santa Cruz*, le plus ancien de Séville.

2^{ème} vendredi du cours

Vous pourrez visiter la *Torre del Oro* et faire une agréable promenade dans la *Plaza de España* en passant par le *Parc M^{re} Luisa*. Pour terminer vous prendrez des "tapas" dans le quartier de "Triana", l'un des plus célèbres et plus animés de la ville.

3^{ème} vendredi du cours

Vous connaîtrez les Setas de la Encarnación et la Basilique de la *Macarena*, aussi vous pourrez visiter *Isla Mágica*, un amusant parc d'attractions ou la *Plaza de Toros*, pour ceux qui aiment les taureaux.

Cathédrale, Séville. Source: Andalucía.org



**VOYAGER C'EST
TOUJOURS UNE BONNE
IDÉE!**



Plaza de España, Séville. Source: Andalucía.org

ACTIVITÉS CULTURELLES À SÉVILLE



Flamenco. Source: Andalucía.org

Ce programme vous propose différentes activités culturelles pour vous amuser en même temps que vous apprenez l'espagnol.

- o "Soirées cinéma" suivies de débats
- o "Soirées tapas" avec les profs et les copains
- o "Connaître Séville à vélo"
- o "Faire de courses au centre ville"
- o "Cours de cuisine andalouse"
- o Cours de "sevillanas"

Cadix

Vous pourrez faire une agréable route à vélo dans la *Vía Verde de la Sierra* en passant par les beaux villages d'Olvera, Coripe y Puerto Serrano (en automne et en hiver). Vous profiterez du soleil et du relax à la plage de *El Palmar* (en printemps ou en été).

Grenade

À Grenade on visitera l'*Alhambra* et le *Generalife*. Vous pourrez vous promener dans les quartiers de l'*Albaicín* et du *Sacromonte* et admirer l'*Alhambra* depuis le *Mirador de San Nicolás*. Après, vous connaîtrez les plus animées rues de la ville, la *Gran Vía de Colón* et celle de *Los Reyes Católicos*.

Cordoue

À Cordoue vous connaîtrez l'*Alcazar de los Reyes Cristianos*, la *Calleja de las Flores* et le *Pont Romain*.



El Palmar, Cadix. Source: Andalucía.



Alhambra, Grenade. Source: Andalucía.org

**VOYAGER C'EST
TOUJOURS UNE
BONNE IDÉE!**



El Rocío, Huelva. Source: Andalucía.

EXCURSIONS EN ANDALOUSIE

Málaga

À Málaga vous visiterez le Musée *Picasso* et le Musée *Thyssen*, le *Teatro Romano* et le *Castillo de Gibralfaro*.

Huelva

À Huelva vous ferez du tourisme en profitant tout de la nature. Vous visiterez le célèbre petit village de *El Rocío* et sa Vierge *La Blanca Paloma*, le *Parc National de Doñana* et la plage de *Matalascañas*.

La Montagne de Grenade ou le tourisme rural de Málaga

En hiver, un des dimanches du programme sera faire du ski à *Sierra Nevada*, où se trouvent les plus hautes montagnes de l'Espagne, avec plus de 115km de surface pour faire des sports d'hiver.

En printemps et en été, ce jour sera destiné à la visite de *Ronda*, une de plus belles villes de Málaga grâce à ses vues et sa richesse patrimoniale.



Tapas. Source: Andalucía.org

ACTIVITÉS CULTURELLES GRATUITES ET COMPLÉMENTAIRES

Nous vous donnons la possibilité d' apprendre la langue espagnole avec un programme additionnel d'un minimum de 10 heures d'activités culturelles à Séville par semaine, combiné aux cours de votre choix. Ces activités vous permettront de découvrir les coutumes locales et d'interagir avec les Sévillans.

Cours d' espagnol combinés avec d' intéressantes activités culturelles et visites touristiques aux principaux endroits de l' Andalousie.

Les choix sont divers et les possibilités interminables pour correspondre aux goûts des étudiants!

***APPRENEZ
L'ESPAGNOL. À
SÉVILLE! VOTRE
EXPÉRIENCE SERA
INOUBLIABLE !***

Profitez d'une immersion intensive dans la culture andalouse tout en apprenant la langue de Cervantes!

EXCURSIONS EN ANDALOUSIE

En même temps que les cours d' espagnol, nous offrons aussi la possibilité de voyager en Andalousie et de visiter ses belles villes comme Grenade, Cordoue, et Malaga, et vivre d' inoubliables expériences dans les provinces de Huelva et Cadix

"La diversité des paysages et des reliefs permet de passer de la chaude vallée du Guadalquivir à la moyenne montagne, avec sa végétation touffue, comme les cimes enneigées de Sierra Nevada

Autant les grandes villes, avec leurs monuments, que les petits villages, source d'inspiration de toutes sortes d' artistes, constituent des attraits touristiques de premier ordre.

Cette région a su conserver ses racines et maintenir intact son patrimoine culturel et architectural hérité des temps passés" (Andalucía.org).



Mosquée, Cordue. Source: Andalucía.

170
€/semaine

Option 3: Cours intensif d'espagnol avec DELE

30 heures de cours par semaine: 5 sessions/jour de 50 minutes

Horaire: 9h00 – 14h00

Groupes d'élèves réduits: entre 6 et 12 élèves

Programme gratuit et optionnel d'activités: 10 heures extra/semaine.

Tarifs examen DELE non inclus

320
€/semaine

Option 4: Cours intensif d'espagnol professionnel

20 heures de cours par semaine: 4 sessions/jour de 50 minutes

Horaire: 9h00 -13h00

6 heures supplémentaires de cours le soir: 2h de plus/jour.

Groupes d'élèves réduits: entre 1 et 5 élèves

Programme gratuit et optionnel d'activités: 10 heures extra/semaine.

Les différents cours sont disponibles pour tous les niveaux : A1, A2, B1, B2, C1 et C2.

**APPRENEZ
L'ESPAGNOL À
SÉVILLE! VOTRE
EXPÉRIENCE SERA
INOUBLIABLE !**

Flexibilité : vous pouvez commencer le lundi de votre choix !

160
€/semaine

Option 1: Cours intensif d'espagnol

20 heures de cours par semaine: 4 sessions/jour de 50 minutes

Horaire: 9h00 – 13h00

Groupes d'élèves réduits: entre 6 et 12 élèves

Programme gratuit et optionnel d'activités: 10 heures extra/semaine.

215 ou 295
€/semaine

Option 2: Cours intensif d'espagnol +4 ou +8h

20 heures de cours par semaine: 4 sessions/jour de 50 minutes

Horaire: 9h00 -13h00

Paquet d' heures de cours supplémentaires le soir: +4 ou + 8 heures/semaine (2h de plus /2 jours) ou (2h de plus/4 jours)

Groupes d'élèves réduits: entre 1 et 5 élèves

Programme gratuit et optionnel d'activités: 10 heures extra/semaine.