

LOS TURISTAS EXTRANJEROS ESTUDIANTES DE ESPAÑOL. EL CASO DE MÁLAGA

Ana Rosa del Águila Obra*, Cristina Fernández Barrios** y Antonio Padilla Meléndez***

Resumen. El turismo representa una actividad de gran importancia para la economía española y muy especialmente para la provincia de Málaga. En la misma, consciente de su dependencia económica de este sector, se llevan a cabo acciones encaminadas tanto a incrementar el número de sus visitantes como a retenerlos el mayor tiempo posible y además a procurar que repitan la experiencia. En este sentido actúa desde distintas perspectivas con diferentes estrategias y viene dirigiendo una atención especial hacia un segmento con aspiraciones concretas que prefiere anteponer al disfrute del clima y playa el correcto aprendizaje del español. En este turista, bastante olvidado por la literatura, hemos querido centrar el presente trabajo, pretendiendo averiguar sus características (sexo, país de origen, nivel de formación, motivaciones, medio de transporte...) y darle el protagonismo que le corresponde no sólo en función del objetivo que prioritariamente le motiva y que en la mayoría de los casos le impulsa al desplazamiento, sino también por el volumen tan considerable que representa y el beneficio que por este concepto se produce.

Palabras claves: turismo, estudiantes extranjeros de español, estudio empírico.

Abstract. The tourism represents an activity of great importance for the Spanish Economy and very especially for the provincial economy of Malaga (Spain). This province is aware of its economic dependence on this sector and therefore it carries out actions designed to increase the number of visitors, to keep them as greater time as possible and try that they come back. On this subject it works from different perspectives, with various strategies and it is very interested in the tourism that prefers to put the correct learning of Spanish before the enjoyment of climate and beach. We have wanted to centre the present work on this kind of tourists, trying to find out their characteristics (sex, country, motivations, transport...) and give them the important role that they have got, not only according to the objective which primarily motivates them and drives the most of them to come back, but also both for their considerable number and the profit that it makes in the province.

Key words: tourism, foreign students of Spanish, empirical study.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy día el turismo constituye una actividad de gran repercusión económica para aquellos países cuyas peculiares características y recursos, resultan elementos de atracción para potenciales viajeros, y en última instancia, las causas para que éstos decidan un desplazamiento. En este sentido se puede decir que España en su diversidad, está configurada como un importante lugar de desti-

no (Bull, 1996) siendo el turismo una de las actividades más importantes del país tanto en términos de su participación en la producción como en el empleo (Martínez y Muñoz, 1997; Martínez y Picazo, 2000). Además, es el único componente de la balanza de pagos que mantiene año tras año saldos con superávit (Alonso y Donoso, 2001), hasta el punto que, entre 1964 y 1996, sus ingresos netos sirvieron para cubrir entre un 44 y un 153% del déficit comercial español (Donoso,

* Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Málaga. Es profesora titular de Universidad de Organización de Empresas en la Universidad de Málaga. Forma parte del equipo de investigación sobre «E-business en España: implicaciones estratégicas» (<http://campusvirtual.uma.es/ebusiness/>). Correo electrónico: anarosa@uma.es.

** Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Málaga. Es miembro del equipo de investigación sobre «E-business en España: implicaciones estratégicas» (<http://campusvirtual.uma.es/ebusiness/>). Correo electrónico: cristina.fern@terra.es.

*** Doctor en Administración de Empresas por la Universidad de Málaga y Profesor Titular de universidad de Organización de Empresas en dicha Universidad. Es responsable de diversas iniciativas de investigación y desarrollo del e-business en España, así como del equipo de investigación sobre «E-business en España: implicaciones estratégicas» (<http://campusvirtual.uma.es/ebusiness/>). Correo electrónico: apm@uma.es.

1997). En definitiva, se trata de una actividad que representa el 12.1% del P.I.B. en España para 1999 (INE, 2002).

En este contexto, la conjunción de una serie de factores de atracción, han hecho de Andalucía un importante foco receptor peninsular de visitantes de forma que el turismo se ha convertido también en el sector clave de su estructura productiva (González y Martínez, 1997) y de creación de empleo, estimándose en un 15% su participación en el P.I.B. andaluz (García, 2001). Un hecho que adquiere mayor relevancia si se tiene en cuenta, como señalan los Informes elaborados por ESECA (1999) y Torres (1999), el efecto arrastre que el turismo ejerce sobre otros sectores económicos como el comercio, el transporte o la construcción.

En el ámbito andaluz es Málaga la provincia de mayor actividad turística (ESECA, 1998, 1999) y derivado de ello, la de mayor actividad económica medida ésta en millones de pesetas aportadas a la hacienda autonómica (Quirós, 2001). Dado el evidente interés del turismo en términos de los beneficios económicos que genera, es decir, por el papel que desempeña en la creación de riqueza, desde las distintas administraciones y desde el sector privado, se llevan a cabo acciones encaminadas a su desarrollo. Se trata no sólo de que el número de visitantes que llega a esta provincia vaya en aumento sino que también prolonguen la estancia y además repitan la experiencia. Para conseguir estos fines se diseñan toda una serie de estrategias de marketing promocional enfocadas de manera segmentada con el fin de atraer al turista más exigente, con motivaciones cada vez más diversificadas y complejas (Torres,

1996), que aspira a compaginar el disfrute de sol y playa con la práctica de actividades que van desde lo puramente cultural a lo deportivo pasando por las de relax y además, a aquel otro que pretende además maximizar la rentabilidad del viaje con el correcto aprendizaje del idioma español.

Este estudio se ha centrado en la esta última modalidad, el turista que dedica tiempo, esfuerzo y dinero al aprendizaje del idioma español. A pesar de que, como señalaremos posteriormente, este grupo es cada vez más numeroso, apenas recibe atención, de hecho en la literatura no se ha encontrado estudios específicos sobre el mismo.

Tras una revisión esquemática de la historia del turismo, donde encajamos los antecedentes de los actuales cursos de español para extranjeros en Málaga, nos centramos en el estudio empírico realizado sobre una muestra relevante de este tipo de turistas.

II. EL TURISMO Y LOS CURSOS DE ESPAÑOL

II.1. Hasta la primera mitad del Siglo XX

Son muchos los autores que remontan los orígenes del turismo hasta los viajeros románticos que visitaron España y Andalucía en el siglo XIX y, en concreto, para Málaga, a la «Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga» ideada a fines de ese siglo con objeto de dar salida a la crisis que afectaba a la economía de la ciudad por esos años (Arcas y García, 1980; Muñiz, 1996; Esteve, 1999). Pero el turismo como tal

se enmarca en el siglo XX con dos etapas diferenciadas y separadas por el paréntesis que supuso la Guerra Civil y la Autarquía y una tercera que se inicia tras la crisis de 1973.

En la primera, y a pesar del clima de inestabilidad política, militar y social existente en España, el mal estado de los transportes y la falta de oferta hotelera (Pellejero, 1999) fue considerable el turismo que por tierra (tren) y mar que fue llegando a España en busca de sus variados atractivos. Era un turismo de élite, de una minoría acomodada que se lo podía permitir.

En 1936, con el inicio de la Guerra, se paraliza la llegada de visitantes extranjeros y la situación se agrava acabada la II Guerra Mundial porque España, por sus circunstancias, quedó aislada política y comercialmente (Pellejero, 1999), sumida en la autarquía y el racionamiento y, por consiguiente, en un lugar poco idóneo para visitar. Fueron pocos los turistas que llegaron en esta época, la mayoría estudiantes con permisos especiales. Sin embargo, durante este período autárquico, se produce el inicio de los cursos de español para extranjeros. El Consejo Superior de Investigaciones Científicas, con la colaboración de la Delegación de Cultura del Ayuntamiento de Málaga y en dependencia con la Universidad de Granada, a cuyo distrito pertenecía por aquel entonces la ciudad, organizó los primeros cursos para extranjeros, inaugurados el 15 de enero de 1948 con la asistencia del gobernador civil, Manuel García del Olmo; el alcalde, José Luis Estrada y el obispo, Herrera Oria, (Diario SUR, 1948) que constituyen el germen de los actuales cursos de español para extranjeros que, tanto desde el sector público como desde el privado, se imparten hoy en la ciudad.

Estos cursos que ofertaban junto a los estudios de Lengua Española, Historia, Arte, Literatura, Temas Andaluces y Contemporáneos, además de otras actividades, se impartían en invierno (Montesa, 1993).

II.2. Hasta la crisis de 1973

Tras la Autarquía, el llamado Plan de Estabilización de 1959 vino a propiciar el fenómeno de la llegada masiva de turistas extranjeros (Goya y Figuerola, 1976), en busca de sol y playa. Un turismo, que en la década de los 60, hizo posible hablar de un *boom* turístico en la Costa del Sol, responsable de una espectacular transformación de todo el entorno malagueño, uno de los más castigados por el desarrollo especulativo de la producción inmobiliaria (Seguí, 1989; Esteve, 1999), y que continuó a ritmo creciente hasta la crisis de 1973.

Por estos años los cursos para extranjeros estaban ya consolidados pero reciben un nuevo impulso cuando, concretamente desde 1963, se empiezan a impartir también en los meses de verano.

También es importante y de interés para el objeto de estudio de este trabajo la creación por Decreto 3226/1968, de 26 de diciembre (B.O.E. 14-1-1969), de la Escuela Oficial de Idiomas de Málaga que incluida en el II Plan de Desarrollo (1968-1971), fue inaugurada durante el curso 1970/71, concretamente el 1 de febrero (Diario SUR, 1971) con cargo a los Presupuestos Generales del Estado, en un edificio de nueva planta y si bien al principio funcionó impartiendo solamente clases de inglés, francés y alemán (750 alumnos fueron los primeros matriculados), en años sucesivos fueron implantados otros idiomas

como italiano, árabe, ruso, griego, japonés, portugués y español para extranjeros.

De gran repercusión, también en la década de los 70, fue la creación por Decreto 2566/1972, de 18 de agosto (B.O.E. 30/9/1972) de la Universidad de Málaga gracias a que fue incluida en el III Plan de Desarrollo (1972-1975) porque, a partir de entonces fue esta Institución la que se hizo cargo de los cursos para extranjeros que hasta entonces, como se comentó anteriormente, había dirigido la Universidad de Granada.

También en el ámbito de lo privado resulta interesante señalar la puesta en funcionamiento, precisamente en 1971, de Malaca Instituto, un centro de español para extranjeros que desde entonces ha ampliado su capacidad ante la demanda de alumnos.

II.3. La última etapa

Superada la crisis de 1973 el turismo continuó su marcha pero, poco a poco, fue cambiando de mentalidad, mostrando otras preferencias, haciéndose más exigente, demandando mayor calidad expresada ésta, como afirma Camisón (1996), «más en clave de personalización que de masificación». Debido al evidente interés del turismo no solo por haber contribuido a la modernización de los usos y costumbres españolas (Esteve y Fuentes, 2000), sino porque ha sido y es una fuente importante de ingresos (Vera y Marchena, 1996; Bote, Marchena y Santos, 1999), cada vez se hace más necesario potenciar, y para ello, atender y contemplar, con la perspectiva de responder adecuadamente, las expectativas de todos los segmentos turísticos y en nuestro caso de aquel que pretende aprender

o perfeccionar su nivel de español. En este sentido, la Universidad de Málaga acometió en la década de los 80, la renovación y modernización del sistema de enseñanza de este idioma además de abrir estos cursos a los contactos internacionales con la firma de acuerdos y convenios con otras universidades y el tutelaje de los alumnos de Erasmus (Montesa, 1993) y en esta política continua.

Por su parte la Escuela Oficial de Idiomas, centro público dependiente de la Junta de Andalucía (Consejería de Educación y Ciencia), que se encuentra actualmente enmarcada dentro de las enseñanzas no universitarias de régimen especial, recogidas dentro de la actual Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), estableció por primera vez, en 1985, la enseñanza del español para extranjeros en el mismo nivel que el resto de los idiomas, y desde entonces, el aumento de alumnos ha sido continuo.

También desde el sector privado en esta década se renueva la oferta de la enseñanza del idioma español y en esta vía se entiende la ampliación y modernización del centro pionero en esta ciudad, Malaca Instituto y la aparición de otros, como C.I.L.E. (Centro Internacional de Lengua Española), algunos de los cuales pertenecen a la «Asociación de Escuelas de Español para extranjeros de Andalucía» dependiente de Turismo Andaluz, S.A. Desde la Asociación, entre otras cosas, se promociona la enseñanza del español y en este contexto existe la pretensión de satisfacer y, de esta forma, retener a aquellos turistas que quieren aprovechar su estancia, corta o larga, en esta ciudad aprendiendo español y muy especialmente a los que vienen principalmente con esa intención.

Cuadro 1
Situación de los cursos de español para extranjeros en Málaga (1)

Universidad de Málaga	Escuela Oficial de Idiomas	Ofertas desde el sector privado
<p>A lo largo del año (2000-01), ha impartido los siguientes cursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> — El 53 Curso de Estudios Hispánicos, con clases de Lengua y Cultura española, en cinco niveles (elemental, básico, medio, superior y perfeccionamiento), a un máximo de 17 alumnos. — El 38 Curso de Verano (2001), en cuatro ciclos, con clases de Lengua y Cultura española en cinco niveles, a un máximo de 18 alumnos. — Cursos intensivos, exclusivamente de Lengua Española. Son ofertados mensualmente de enero a diciembre, a un número de entre 2 y 7 alumnos con el único requisito de que éstos tuvieran cumplidos 16 años. — Clases privadas. En esta modalidad la matrícula se podía realizar por tantas horas y días como se deseara — Cursos de preparación para los exámenes D.E.L.E. (Diploma de Español como Lengua Extranjera) del Instituto Cervantes para los niveles: Inicial, Básico y Superior. <p>Todos son cursos en ningún caso son gratuitos y programados para un turismo de no muy larga estancia en la ciudad.</p>	<p>La Escuela Oficial de Idiomas de Málaga se ocupa de la enseñanza del español para extranjeros desde 1985.</p> <p>Oferta cinco niveles y superados los tres primeros, expide un Certificado de Ciclo Elemental con validez oficial.</p> <p>Al Certificado de Ciclo Superior opta el alumno que supera el quinto nivel.</p> <p>Estos cursos, programados para un turista que prolonga, al menos en un año, su estancia en esta ciudad y que constituyen una forma muy eficiente y barata de aprender correctamente el idioma español, en Andalucía solamente están implantados, además de en Málaga, en Marbella y San Roque (Cádiz).</p>	<p>Entre los centros privados existentes en Málaga se han contemplado dos: Malaca Instituto y C.I.L.E.</p> <p>Malaca Instituto está ubicado en una zona residencial y dispone de biblioteca, bar, restaurante, terrazas, piscina y de su propia residencia (Club Hispánico) con 110 habitaciones. Es el centro privado más costoso.</p> <p>C.I.L.E., es un ejemplo de centro con poca capacidad que oferta clases a grupos reducidos a precios asequibles. Proporciona además alojamiento en familias, apartamentos, etc. A aquellos que lo demandan.</p>

Fuente: Elaboración propia.

IV. ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE LOS EXTRANJEROS ESTUDIANTES DE ESPAÑOL EN MÁLAGA

Dado que la oferta de cursos de español para extranjeros en esta ciudad se presenta amplia, variada y continua, los objetivos que se han marcado en este trabajo tratan de determinar en qué medida hay extranjeros que cuando vienen a Málaga dedican parte de su tiempo y dinero a aprender académicamente nuestro idioma y, en este supuesto, qué características presentan. Para ello se ha orientado el estudio a la consecución de los siguientes objetivos:

- a) Determinar si efectivamente existe un turismo en Málaga interesado en el aprendizaje del español.
- b) Detectar posibles diferencias por sexos.
- c) Establecer, en función del número de estudiantes, un orden prioritario por países de procedencia.
- d) Entender el nivel de formación y la situación laboral de estos extranjeros.
- e) Identificar el medio empleado en el aprendizaje y la frecuencia.
- f) Fijar el nivel de español que poseen en estos momentos.
- g) Conocer el medio de transporte utilizado en el desplazamiento y el tipo de alojamiento.
- h) La duración de la estancia.
- i) Precisar los factores que primaron al

elegir como destino esta ciudad, lo que les ha gustado y las actividades realizadas.

j) Calibrar en su justa medida el grado de satisfacción que han experimentado.

k) Gasto medio diario.

Para llevar a cabo el estudio se ha realizado una investigación empírica utilizando datos primarios obtenidos a través de comunicación directa, mediante encuestas personales (realizadas entre el 1 de Marzo y 30 de Mayo de 2001), para lo que se ha elaborado un cuestionario, estructurado siguiendo las recomendaciones de la literatura (Fernández, 1997; Miquel et al., 1997) de manera adecuada y además, contemplando, dadas las características de la población a la que iba destinado, que las preguntas fueran cortas, concretas, claras y sin nivel de complejidad. Las variables analizadas se recogen agrupadas en el Cuadro 2.

En la investigación se ha aplicado el método de muestreo no probabilístico de conveniencia con la variable «extranjeros estudiantes de español en Málaga» ya que la muestra fue seleccionada en función de su disponibilidad y a conveniencia del investigador (en los centros previamente elegidos) (ver Cuadro 3). Para determinar el tamaño muestral se consideró la población como infinita dada la dificultad que supone poder cuantificar el número total de extranjeros estudiantes de español en Málaga. La tarea de cumplimiento de las encuestas se llevó a cabo en los cursos de español de la U.M.A. (95), en la Escuela Oficial de Idiomas (95), en Malaca Instituto (59), en C.I.L.E. (20) y, por último, es preciso indicar que 30 de estos encuestados han sido Erasmus de distintas facultades (Económicas, Filosofía y Letras, etc.) que asistían a clases de español (lenguaje escrito).

Cuadro 2
Variables consideradas

VARIABLES DE IDENTIFICACIÓN	Sexo País de origen Nivel de formación Situación laboral
ESTUDIO DEL ESPAÑOL	Frecuencia de estudio Nivel de estudio Nivel de conocimiento
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Medio de transporte utilizado Tipo de alojamiento Duración de la estancia Motivos para elegir Málaga: — Clima — Playa — Oferta turística y de ocio — Ambiente — Oferta cultural — Calidad de los cursos — Precio — Relación calidad-precio — Otros motivos Elementos positivos de la estancia: — Clima — Playa — Ambiente — Oferta turística y de ocio — Oferta cultural — Cursos — Otros Actividad turística realizada o por realizar: — Excursiones a otras ciudades — Actividades de ocio — Turismo en general — Ir de compras — Actividades culturales — Actividades deportivas — Otras Gasto medio diario Índice de satisfacción global

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3
Ficha técnica del estudio

POBLACIÓN	
Unidades de muestreo	Los turistas extranjeros estudiantes de español en Málaga, matriculados en un centro público o privado
Alcance	Provincia de Málaga
Tiempo	1 de marzo al 30 de mayo de 2001
MUESTREO	
Tipo	No probabilístico por conveniencia
Método de encuesta	Entrevista personal
Tamaño de la muestra	299 cuestionarios válidos
Error muestral	+/- 5,88%
Nivel de confianza	95,5% Z=2 p=q=0,5

Fuente: Elaboración propia.

IV.1. Análisis de las variables

Se analizan a continuación las variables desde un punto de vista descriptivo. Habiéndose confeccionado diversas tablas cruzadas no se han encontrado relaciones significativas entre las variables.

En primer lugar se ha procedido a analizar los elementos identificativos de esta población objeto de estudio, como son el sexo, país de origen, nivel de formación y situación laboral.

La distribución por sexos nos indica que es mayor el número de mujeres que se interesan por aprender correctamente el español, concretamente el 57,86% frente al

42,14% de hombres. Un hecho que resulta muy interesante desde el punto de vista que podría denotar la mayor preocupación de la mujer extranjera por su formación y que está en consonancia con el comportamiento que se observa en la población femenina malagueña en la Universidad de Málaga, donde desde hace varios las alumnas superan a los alumnos matriculados (Mendoza, 1999) y todo ello, a pesar de que según el Observatorio Turístico de la Costa del Sol (2000), la proporción de turismo masculino que nos visita es superior al femenino.

En cuanto al número de estudiantes por país de procedencia (ver Cuadro 4), si desechamos el apartado 11 en el que se incluyen

Cuadro 4
País de origen

Valor	Significado	Frecuencia	% s/Total	% s/Muestra
1	Reino Unido	14	4,68	4,68
2	Francia	23	7,69	7,69
3	Alemania	51	17,06	17,06
4	Italia	12	4,01	4,01
5	Dinamarca	25	8,36	8,36
6	Suecia	43	14,38	14,38
7	EE.UU.	14	4,68	4,68
8	Japón	18	6,02	6,02
9	Suiza	17	5,69	5,69
10	Marruecos	11	3,68	3,68
11	Otros países europeos	53	17,73	17,73
12	Otros países	18	6,02	6,02
		Total frecuencias	299	100,00
		Total Muestra	299	

Fuente: Elaboración propia.

los países europeos no contemplados individualmente, vemos que en primer lugar figuran los alemanes, seguidos de suecos y daneses. En último lugar marroquíes y en penúltimo los del Reino Unido.

Este último resultado es destacable si se tiene en cuenta que, según los datos de Aena (1999), los viajeros del Reino Unido son con diferencia los extranjeros que más nos visitaron en 1999, concretamente 2.850.003 frente a 1.006.105 alemanes y a gran diferencia de suecos (166.191) y de daneses (159.537), que, sin embargo, según nuestro estudio forman parte del grupo de extranjeros más interesados por el aprendizaje del español en Málaga.

Por otro lado, casi la mitad de estos estudiantes de español, el 48,39%, tienen un nivel de formación medio, aspecto relacionado con la formación técnica equivalente a la Formación Profesional de 2º grado que es muy habitual en países como Alemania, Suiza o Dinamarca. Un 37,79 por ciento posee o está cursando estudios universitarios y solamente un 13,38%, es decir la minoría, posee un nivel de formación básica, si bien, en este grupo se incluyen encuestados menores de edad y personas jubiladas.

De estos matriculados en las clases de español, más de la mitad, el 52,17%, es solamente estudiante, frente a un 26,09% que compagina trabajo y estudio. Por otra parte,

el 16,72% trabaja y un 5,02% son jubilados, en este caso todos están cursando sus estudios en la Escuela Oficial de Idiomas (ver Gráfico 1). Son estos últimos, personas con inquietudes que además de llenar su tiempo quieren enriquecerse adquiriendo conocimientos de nuestro idioma.

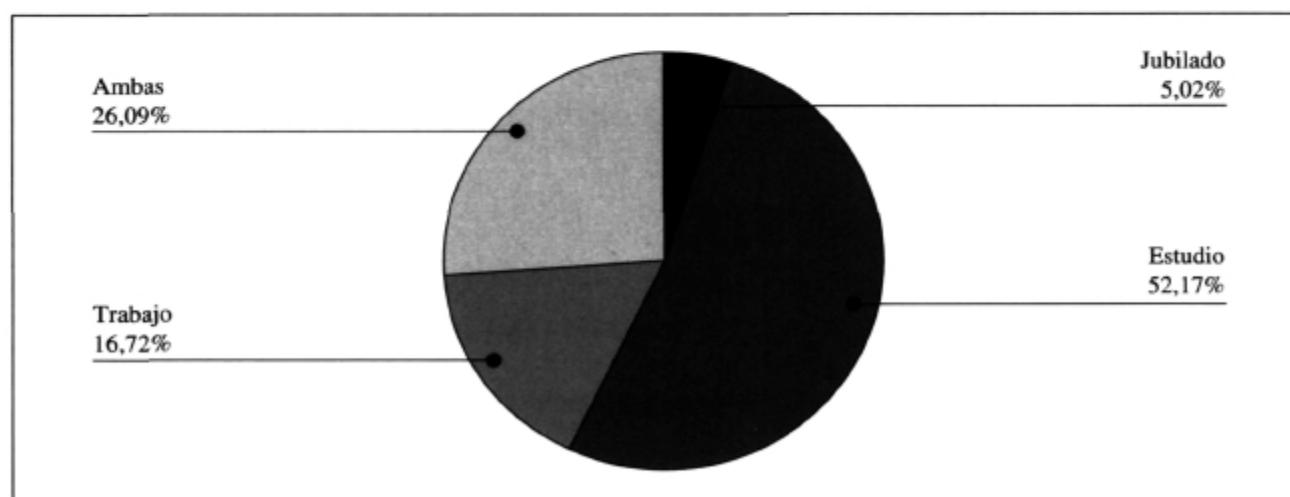
El estudio del español por parte de los extranjeros que constituye el objeto fundamental de esta investigación, pone de manifiesto en primer lugar que las dos terceras partes de la población encuestada, es decir el 66,56%, ha estudiado este idioma otras veces y solamente el 33,44% lo hace por primera vez. Esta respuesta hay que valorarla en la medida que denota que el español es cada vez más demandado y conocido.

También destaca el que el 16,69% ha estudiado, en este caso practicado, con fami-

lias o la calle, etc., y más de la mitad, el 56,31%, lo ha hecho en academias, centros de idiomas, etc. y además el 24% a nivel universitario.

Respecto al nivel de español de los encuestados, el 24,41% de los mismos afirman que su nivel de español es bajo, el 55,85% responden que es medio y el 19,73% alto. Y estos resultados adquieren aun mayor valor desde el momento que en la baremación que hacen los encuestados de su nivel de español, lo que más evalúan son sus conocimientos de gramática (ortografía, fonética, etc.), materias que se ha comprobado que se imparte a gran altura en los centros contemplados. Por lo tanto, se llega a creer que si la pregunta sobre el nivel de español se hubiera formulado solamente referida a la lengua hablada los resultados serían distintos. Es decir, hubiera sido mayor el porcentaje de los que tienen

Gráfico 1
Situación socio-laboral



Fuente: Elaboración propia.

alto nivel. Pero a fin de cuentas esta evaluación a nivel de lengua escrita que se hacen los estudiantes resulta muy positiva y refleja que el español está ganando cuota a nivel de lengua escrita.

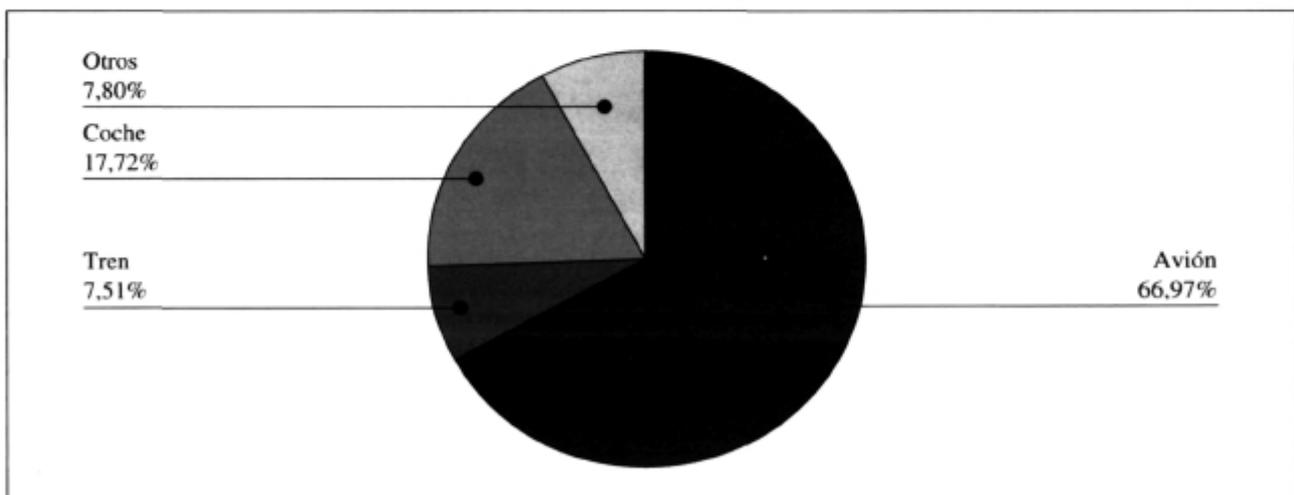
De estos extranjeros matriculados en Málaga en clases de español se han analizado además otros aspectos como el medio de transporte utilizado, el alojamiento, la duración de la estancia, los factores significativos que motivaron la elección de esta ciudad, lo que más les gusta de ella y las actividades complementarias que realizan o pensaban realizar. El medio de transporte utilizado por el 66,97% de la muestra, es decir por la mayoría de estos estudiantes, ha sido el avión. A continuación, aunque a gran distancia, figura un 17,72% que lo hizo en coche y en último lugar se sitúa el 7,51 que se desplazó en tren (ver Gráfico 2).

Estos resultados se corresponden con los datos de viajeros del aeropuerto de Málaga que anualmente publica Aena (2000), y con los que publica el Observatorio Turístico de la Costa del Sol (2001).

En cuanto al tipo de alojamiento (ver Gráfico 3), los resultados evidencian que de la población encuestada un 36,13% han preferido alojarse en apartamentos, un 22,07% se han alojado en viviendas que ellos o familiares disponen en propiedad. Destacan también los que se alojan en Residencia (18,39%), una forma que resulta costosa pero cómoda. En pisos el 17,06% y, en último lugar, un reducido porcentaje, 0,33%, lo ha hecho más modestamente en pensiones.

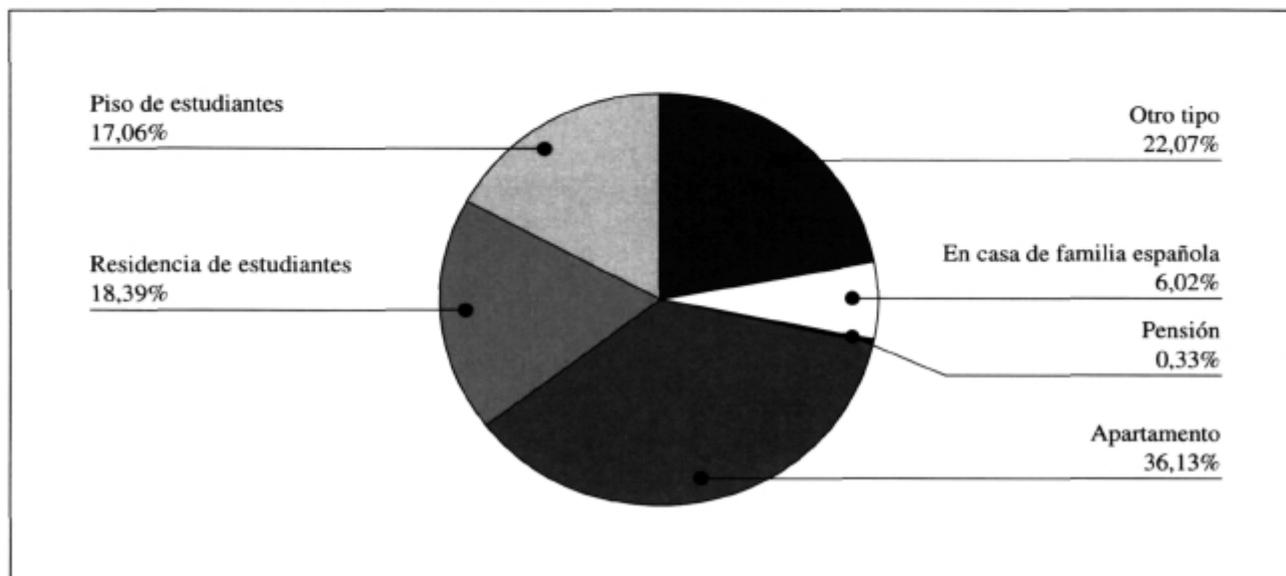
Respecto a la duración de la estancia, el gráfico 4 muestra en primer lugar, que un 28,09% de los extranjeros permanecen en

Gráfico 2
Medio de transporte utilizado



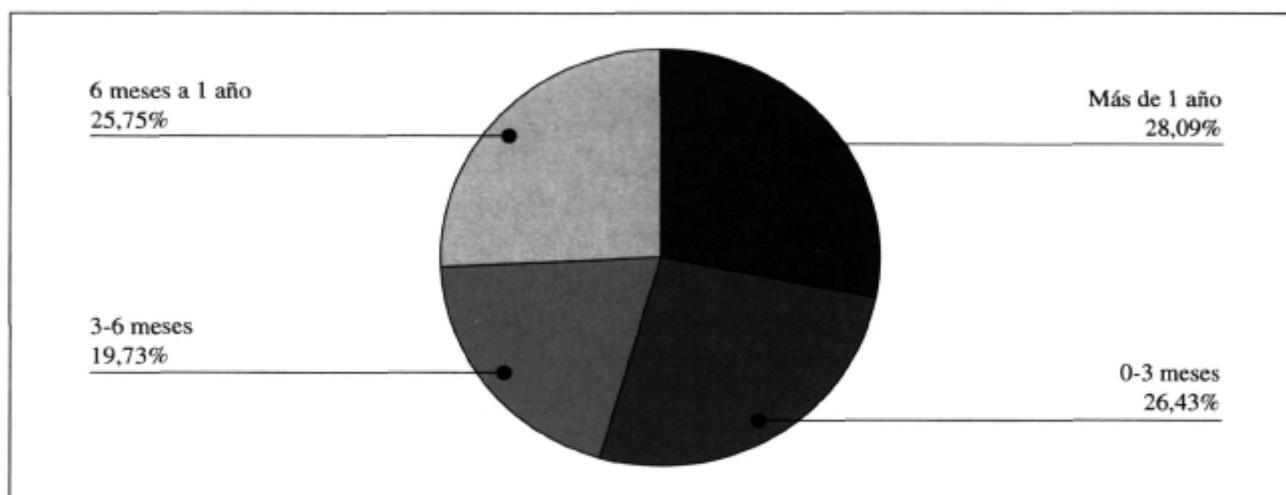
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3
Tipo de alojamiento



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4
Duración de la estancia



Fuente: Elaboración propia.

esta ciudad más de un año, grupo en el que se pueden incluir desde los que disponen de vivienda en propiedad, hasta el caso de empleados en Málaga de larga duración y como ejemplo de esto último señalamos un grupo de funcionarios del consulado de Marruecos, alumnos de la Escuela Oficial de Idiomas, que fijarán aquí su residencia al menos durante tres años. En segundo lugar, se sitúa un 26,43% que estará entre 0 y 3 meses, a continuación el 25,75% entre 6 meses y un año y, por último, el 19,73% entre 3 y 6 meses.

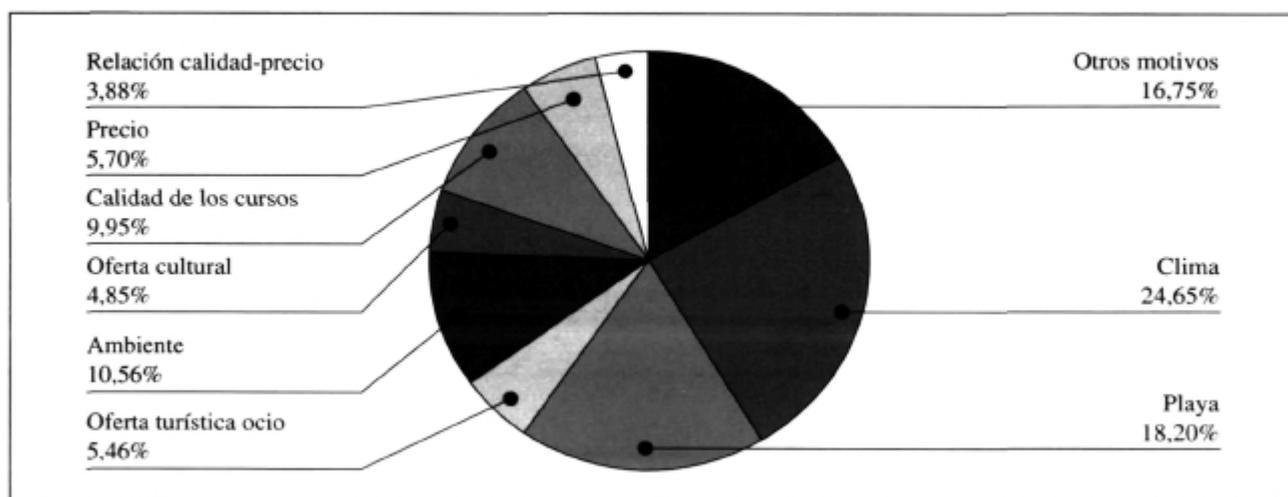
En cuanto a las motivaciones que estos turistas estudiantes de español tuvieron para elegir como destino Málaga (ver Gráfico 5) la mayor proporción, el 24,65%, lo hizo por el clima, seguido del 18,20 por la playa. Es decir, el clima y la playa, igual que ocurrió en la década de los 60, siguen siendo para la mayoría de los turistas que nos visitan, inclu-

so para estos estudiantes de español, los motivos que prioritariamente tuvieron en cuenta a la hora de decidir el desplazamiento. En último lugar, lo que menos motivó, a un 3,88%, fue la calidad-precio.

En consonancia con la respuesta anterior, los mayores porcentajes de estos turistas estudiantes de español han manifestado que lo que más les ha gustado ha sido el clima (24,73%), seguido de la playa (17,53%), mientras que lo menos valorado ha sido la oferta turística y de ocio con tan sólo el 7,80%. (ver Gráfico 6).

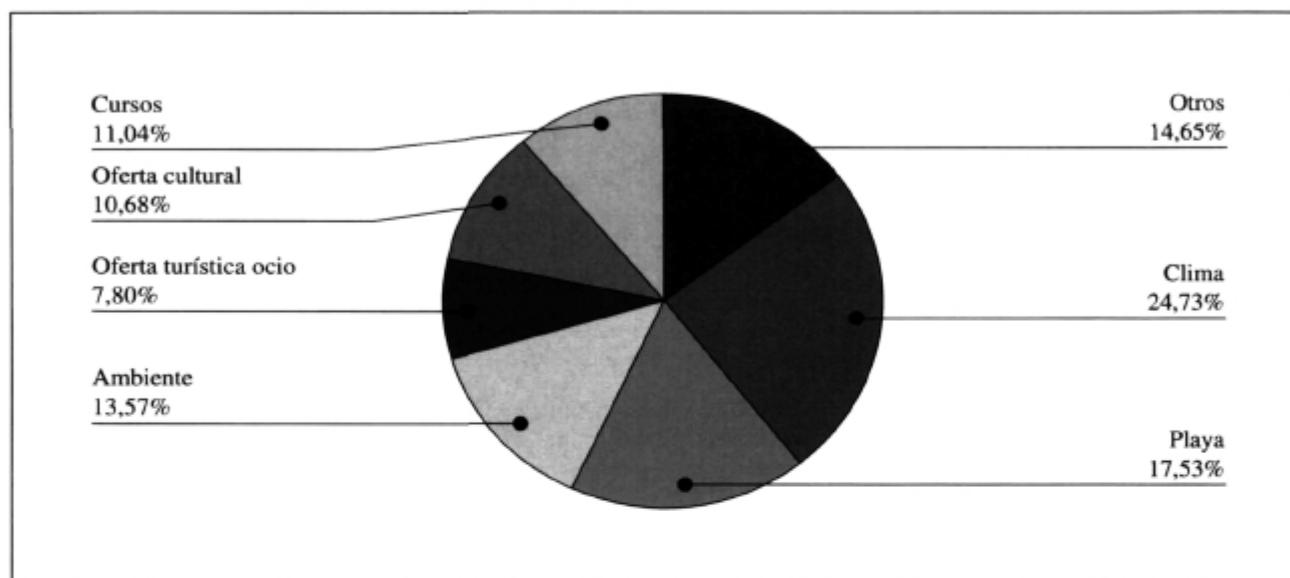
Entre las actividades complementarias (ver Gráfico 7) se aprecia que el 25,77% de estos estudiantes han preferido en primer lugar realizar visitas a otras ciudades y a continuación, el 18,13%, actividades culturales. Los estudiantes de español tienen poco inte-

Gráfico 5
Motivos para elegir Málaga



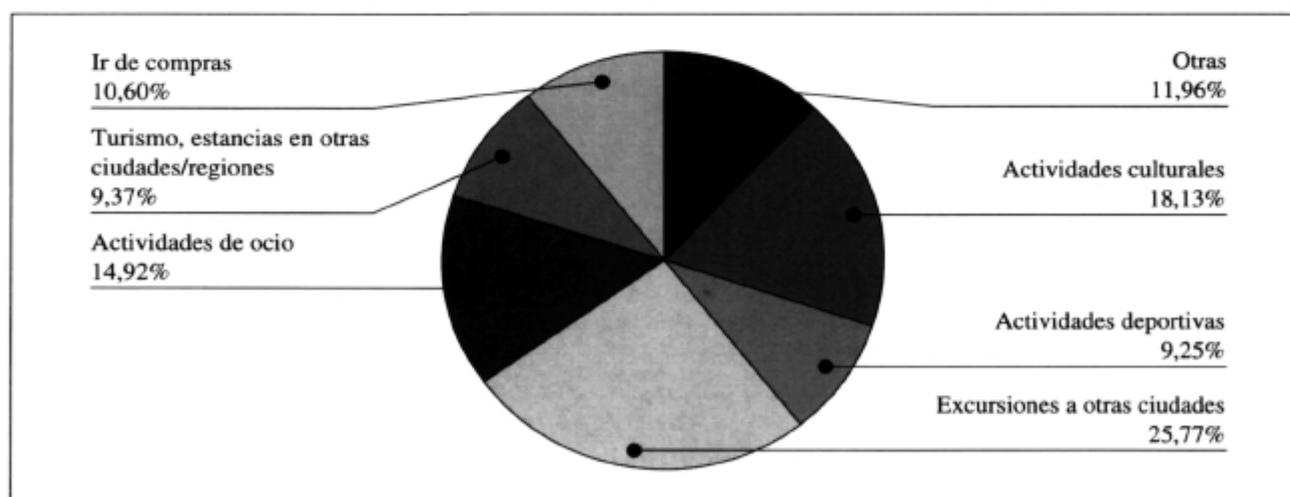
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 6
Lo que más les ha gustado de su estancia



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 7
Actividad turística o de ocio que ha realizado o piensa realizar



Fuente: Elaboración propia.

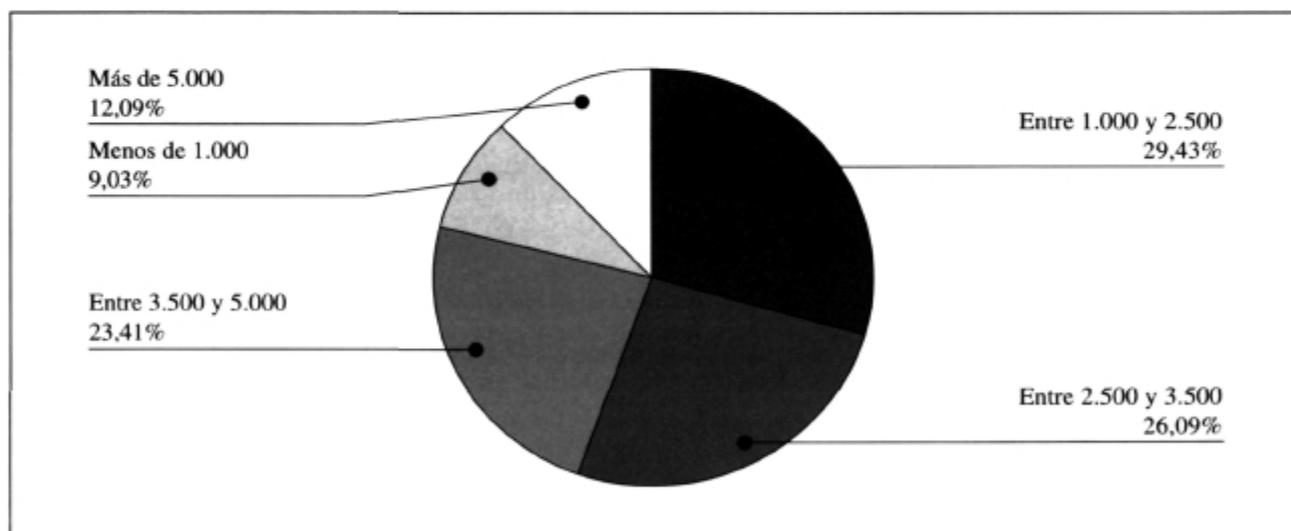
rés por realizar actividades deportivas durante su estancia en Málaga.

El 99,33% de los encuestados afirma que repetiría destino, incluso que prolongarían la estancia si pudieran y un grupo importante declara que ubicaría su domicilio en Málaga de forma definitiva.

Respecto al gasto medio diario, una vez explicado a los encuestados que en él no se incluía ni el alojamiento ni el precio de los cursos, las respuestas obtenidas son concluyentes (ver Gráfico 8). El 29,43% gasta dia-

riamente entre 1.000 y 2.500 ptas (6 y 15,03 €). A continuación un 26,09% realiza un gasto entre 2.500 y 3.500 ptas (15,03 y 21,04 €) y un 23,41% lo hace entre 3.500 y 5.000 ptas (21,04 y 30,05). Tan sólo 27 de estos estudiantes que representan el 9,03% de la muestra han respondido que su gasto medio diario está en torno a las 1.000 ptas.(6 €), son los menores de edad, casi todos estudiantes en la E.O.I. En el extremo opuesto el 12,09% se sitúan los que gastan más de 5.000 ptas. (30,05 €), mayores de edad que están trabajando.

Gráfico 8
Gasto medio diario



Fuente: Elaboración propia.

V. CONCLUSIONES

Se constata la importancia del segmento de turistas extranjeros por motivos de aprendizaje de idiomas, en este caso el español como lengua extranjera, en el contexto de la actividad económica del turismo en general.

En el estudio se pone de manifiesto como Málaga se ha ido configurando como un destino turístico para el aprendizaje del español. Diferentes Centros, tanto públicos como privados vienen impartiendo esta enseñanza en Málaga desde hace años, con métodos innovadores y máximas garantías.

Los turistas que vienen a Málaga para aprender el idioma son personas con formación, priorizan a cualquier otra actividad, el aprendizaje o perfeccionamiento del español. En esta modalidad de turista destacan las mujeres y por países el primer lugar en concurrencia lo ostenta Alemania.

Como cualquier turista, estos estudiantes de español, para su desplazamiento han preferido mayoritariamente el avión a otro medio de transporte y en la elección del destino también se sintieron motivados preferentemente por el clima y la playa que además es lo que más les ha gustado, pero con ideas muy definidas, las actividades complementarias las han orientado a conocer otras ciudades y a las de tipo cultural. Además es importante señalar que estos turistas han visto satisfechas las expectativas que se habían planteado.

Entendemos que este segmento es de gran interés, presenta un notable gasto diario, a lo que hay que sumar el alojamiento, la manu-

tención, los cursos y otros gastos derivados de actividades diversas.

Entendemos que es preciso potenciar la enseñanza del español para que el número de estudiantes siga aumentando pero, sobre todo, considerar este segmento turístico que tiene entidad propia. Consideramos de interés potenciar la oferta de cursos, así como de actividades dirigidas a este grupo, nos solo en Málaga, sino en otras zonas del territorio español, ya que es un segmento que contribuye notablemente a reducir la estacionalidad del sector.

Conscientes de la necesidad de estudiar grupos específicos como este para entender mejor el fenómeno del turismo y con ello mejorar el diseño de estrategias y políticas turísticas se ha realizado este estudio de carácter exploratorio. A pesar de sus limitaciones, derivadas de su carácter exploratorio, este trabajo tiene utilidad para otras zonas turísticas ya que aporta aspectos diferentes a analizar, referidos a los turistas extranjeros estudiantes de español, sin embargo, será preciso profundizar con estudios empíricos de mayor envergadura, que proporcionen una base de información que permita la modelización más completa del comportamiento de este tipo de turista.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AENA (1999): *Aeropuerto de Málaga*, Memoria Anual 1999.
- ALONSO, J. A., y DONOSO, V. (2001): «El sector exterior», en J. L. García Delgado (Dir.), *Lecciones de Economía Española*, Madrid: Civitas, pp. 425-458.

- ARCAS CUBERO, F., y GARCÍA SÁNCHEZ, A. (1980): «Los orígenes del Turismo Malagueño: La Sociedad Propagandística del clima y embellecimiento de Málaga», *Jábega*, núm. 32, Málaga, *Revista de la Diputación Provincial*, pp. 42-50.
- BOTE GÓMEZ, V.; MARCHENA GÓMEZ, M., y SANTOS PAVÓN, E. (1999): «La descentralización autonómica y la diversificación de la estrategia de desarrollo turístico (1974-1998)», en C. PELLEJERO, (Dir.), *Historia de la Economía del Turismo en España*, Madrid: Civitas, pp. 135-193.
- BULL, A. O. (1996): «Economía del sector turístico», *Información Comercial Española*, núm. 749, pp. 9-15.
- CAMISÓN ZORZONA, C. (1996): «La calidad como factor de competitividad en turismo: Análisis del caso español», *Información Comercial Española*, núm. 749, pp. 99-122.
- DONOSO, V. (1997): «Balanza de pagos y equilibrio exterior», en J. L. García Delgado (Dir.), *Lecciones de Economía Española*, Madrid: Civitas, pp. 415-438.
- ESECA (1997,1998, 1999, 2000): *Informe Económico Financiero de Andalucía*, Caja General de Ahorros, Granada.
- ESTEVE SECALL, R. (1999): «La gestión turística municipal en la capital de una zona turística: Málaga», *La Gestión de la Calidad en el Municipio Turístico*, Ponencia del IV Seminario del Foro Permanente Turismo y Municipio, Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía, pp. 251-263.
- ESTEVE SECALL, R., y FUENTES GARCÍA, R. (2000): *Economía, historia e instituciones del turismo en España*, Madrid: Pirámide.
- FERNÁNDEZ NOGALES, A. (1997): *Investigación de mercados: Obtención de información*, Madrid: Civitas.
- GARCÍA CRUZ, R., y FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J. C. (1998): «La investigación comercial en la toma de decisiones: El caso de las grandes empresas sevillanas I», XII Congreso Nacional, VIII Congreso Hispano-Francés, AEDEM, Benalmádena (Málaga), pp. 503-510.
- GARCÍA LOPERA, F. (2001): «El sector turístico en Andalucía», en *La Economía Andaluza 2000* (Documento para debate). Consejo Andaluz de Colegios de Economistas, Córdoba, pp. 195-204.
- GONZÁLEZ GUERRERO, E., y MARTÍNEZ SÁNCHEZ, M. (1997): «Los servicios: especial consideración del turismo», en J. López Rubio (Dir.), *Introducción a la Economía Andaluza*, Madrid: Civitas, pp. 181-209.
- GOYA, M., y FIGUEROLA, M. (1976): «El turismo extranjero en España y sus nuevos horizontes», *Estudios Turísticos*, núms. 51-52, pp. 99-118.
- INE (2002): «Cuenta satélite del turismo en España: Metodología y primeras estimaciones (1996-1999)». Documento electrónico obtenido en <http://www.ine.es>.
- LUQUE, T. (1997): *Investigación de Marketing*, Fundamentos, Barcelona: Ariel.
- MARTÍNEZ SERRANO, J. A., y MUÑOZ, C. (1997): «Sector Servicios», en J. L. García Delgado (Dir.), *Lecciones de Economía Española*, Madrid: Civitas, pp. 251-271.
- MARTÍNEZ SERRANO, J. A., y PICAZO, A. J. (2001): «Sector servicios», en J. L. García Delgado, (Dir.), *Lecciones de Economía Española*, Madrid: Civitas, pp. 263-287.
- MIQUEL, S., BIGNÉ, E.; LÉVY, J. P.; CUENCA, A. C., y MIQUEL, M.^a J. (1997): *Investigación de Mercados*, Madrid: McGraw-Hill.
- MONTESA, S. (1993): «Los cursos de extranjeros de la Universidad de Málaga: Historia y Perspectivas», *Péndulo*, núm. 5, Málaga, Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos, pp. 60-65.
- MUÑOZ AGUILAR, D. (1996): «El peso del turismo malagueño en el contexto regional», en *El sector turístico en la provincia de Málaga*, vol. 1, Málaga, Colegio Oficial de Economistas, pp. 159-189.
- PELLEJERO, C. (1999): «Antecedentes históricos del turismo en España: de la Comisión Nacional al Ministerio de Información y Turismo 1900-1950», en C. Pellejero (Dir.), *Historia de la Economía del Turismo en España*, Madrid: Civitas, pp. 21-76.

- QUIRÓS, R. (2001): «Málaga aporta 10.000 millones de pesetas más que Sevilla a las arcas autonómicas», *Diario SUR*, 13 abril.
- SANTESMASES MESTRE, M. (1997): *DYANE. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*, Madrid: Pirámide.
- SANTESMASES MESTRE, M. (1999): *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide
- SEGUI, J. (1988): «J. González Edo: Análisis de su obra», *Geometría*, núm. 6, Málaga, *Revista Semestral de Arquitectura y Urbanismo*, pp. 62-81.
- SOPDE (2001): *Observatorio Turístico de la Costa del Sol, 2000*, Málaga. Patronato de Turismo Costa del Sol.
- SUR (1948): *Jueves*, 15 de enero, pág. 2.
- SUR (1971): *Martes*, 2 de febrero, pág. 13.
- TORRES BERNIER, E. (1996): «Las megatendencias en el sector turístico: su impacto en la economía malagueña», en *El sector turístico en la provincia de Málaga*, vol. 1, Málaga, Colegio Oficial de Economistas, pp. 17-31.
- TORRES BERNIER, E. (1999): «La respuesta de los ciudadanos ante el sector turístico», *La Gestión de la Calidad en el Municipio Turístico*, Ponencias del IV Seminario del Foro Permanente Turismo y Municipio. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía, pp. 277-284.
- VERA REBOLLO, J. F., y MARCHENA GÓMEZ, M. (1996): «El modelo turístico español: perspectiva económica y territorial» en A. Pedreño (Dir.), *Introducción a la economía del Turismo*, Madrid: Civitas, pp. 327-364.
- VILLEGAS SÁNCHEZ, M. (1999): «Costa Ballena: un modelo de neogénesis turística», *La gestión de la calidad en el municipio turístico*, Ponencias del IV Seminario del Foro Permanente Turismo y Municipio. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía, pp. 235-243.

NOTAS

- (1) Información obtenida en:
<http://www.uma.es/estudios/extranj/extranjeros.htm>;
<http://www.tarifaplana.ari.es/eoi/igeneral.html>
<http://www.malacainst-ch.es>