

Andalucía busca fórmulas para afianzarse como cuarto destino de turismo idiomático

Casi medio centenar de academias de español, que formaron el pasado año a unos 49.000 extranjeros, y ochenta profesionales analizan sus perspectivas de futuro

:: PILAR MARTÍNEZ

MÁLAGA. Aprender español es uno de los reclamos que ha colocado a los destinos andaluces en cuarta posición del ránking nacional de turismo idiomático. Afianzarse y consolidarse es el reto para el que medio centenar de academias de español, que formaron a casi 49.000 extranjeros el pasado año, buscan fórmulas con las que sacar un mayor partido al auge de este segmento. Ayer arrancó en Sevilla la séptima edición del Encuentro Internacional de Centros de Enseñanza de Español (Ecele 2016), que inauguró el consejero de Turismo y Deporte, Francisco Javier Fernández. En este evento, con asistencia de centros malagueños, se apostó por dar un impulso a este sector para aprovechar en Andalucía el buen momento del turismo idiomático por el auge del castellano, una lengua que, con 560 millones de hablantes, abre el mundo a quienes lo aprenden, recordó Fernández.

La comunidad, que tiene en Alemania, Reino Unido, Francia, Italia y Estados Unidos como los principales emisores de turistas, reúne unas condiciones inmejorables para avanzar en este segmento. El consejero señaló que «se da un compendio de lo que buscan los estudiantes de idiomas, dado que aúna hospitalidad, patrimonio cultural y monumental, y climatología». Además, valoró la importancia de estos viajeros que recalcan por periodos largos para aprender o perfeccionar el español y se acaban convirtiendo en prescriptores del destino, al que suelen volver con amigos o familiares. El perfil de estos visitantes responde al de jóvenes de entre 18 y 30 años, con mayor presencia de mujeres, en torno al 60%.

Entre las estrategias para poner en valor a estos viajeros, Fernández apuntó la necesidad de darles a conocer lo que ofrece la comunidad para crecer en este segmento y aprovechar las



El consejero de Turismo, ayer en el Encuentro Internacional de Enseñanza de Español. :: SUR

oportunidades que presenta para el conjunto de la industria turística.

Los 80 profesionales que se han dado cita en este evento, entre profesores y prescriptores internacionales y gestores de escuelas de idioma, constataron la tendencia al alza en la demanda. En esta cita, que está organizada por la Federación de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (Fedele), integrada en la actualidad por siete organizaciones que en total suman 85 centros de enseñanza, Fernández apuntó que «en los últimos años este segmento ha adquirido un importante ritmo de crecimiento, ya que cada vez son más las personas cuya motivación para viajar se basa en el aprendizaje o el perfeccionamiento de un idioma distinto al nativo, pero también por sus posibilidades de combinación con actividades lúdicas y turísticas».

Este segmento es uno de los ases turístico de Málaga

La capital de la Costa del Sol tiene en este segmento uno de los ases turísticos, que se encuentra además en pleno auge. Los últimos datos relativos al balance de 2015 señalaban un crecimiento del 9,3%. Este aumento marcó un cambio de tendencia que constata que el turismo idiomático está recuperando tras varios años afectado por la crisis económica y por la competencia con otras ciudades.

Los datos del área de Turismo de Málaga cifraron en 13.675 alumnos matriculados en las es-

cuelas de la ciudad durante el pasado año. Los estudiantes procedentes de Alemania siguen siendo los más numerosos y, de hecho, representan el 21 por ciento del total; aunque precisamente el pasado año las matrículas de estudiantes germanos cayeron un 10 por ciento. A los alemanes le siguen los alumnos daneses (1.367), italianos (1.231) y austriacos (957). Sin embargo, en términos relativos, destaca el aumento del dos por ciento registrado en la cifra de alumnos procedentes de Estados Unidos, mientras que noruegos y británicos crecieron por encima del 1%. Incrementos parecidos se observan también en mercados asiáticos como el surcoreano, que representa 2% del total.