

# LA UNIVERSIDAD COMO MOTOR DEL TURISMO IDIOMÁTICO EN CÓRDOBA.



**UCO**  
**UCO IDIOMAS**  
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Inmaculada Piédrola Ortiz, Candelaria Díaz Araña  
Universidad de Córdoba (España).

## OBJETIVOS

En los últimos años, el turismo relacionado con las personas que vienen a España para aprender el idioma y conocer todas las actividades que se mueven en torno al mismo está adquiriendo cada vez más importancia. Una de las características principales del turismo idiomático es que aunque se ofrece en todos los destinos, son los urbanos los que presentan una mayor demanda, sobre todo aquellos poseedores de una gran riqueza patrimonial y cultural.

Este trabajo tiene como objetivo resaltar la importancia de este segmento turístico en la ciudad de Córdoba, a la vez que trata de analizar el perfil del turista idiomático que elige Córdoba como ciudad de destino para su estancia lingüística y la universidad como centro de enseñanza.

## MÉTODO

1. Una revisión de la literatura científica existente en este campo.  
2. Se ha realizado un trabajo de campo durante 2010 fundamentado en la realización de encuestas a los estudiantes de español en UCOIdiomias (Universidad de Córdoba).

- ✓ **Ámbito geográfico:** Córdoba. (Comunidad Autónoma de Andalucía).
- ✓ **Universo:** Turistas de ambos sexos que visitan Córdoba para realizar su estancia lingüística y eligen como centro de enseñanza la Universidad.
- ✓ **Tipo de encuesta:** Cuestionario semiestructurado (preguntas abiertas y cerradas).
- ✓ **Tamaño de la muestra:** 221 encuestas válidas de 237 realizadas.
- ✓ **Error muestral:** ± 5,95%
- ✓ **Sistema de muestreo:** Aleatorio simple.
- ✓ **Período de recogida de la información:** enero-diciembre 2010.

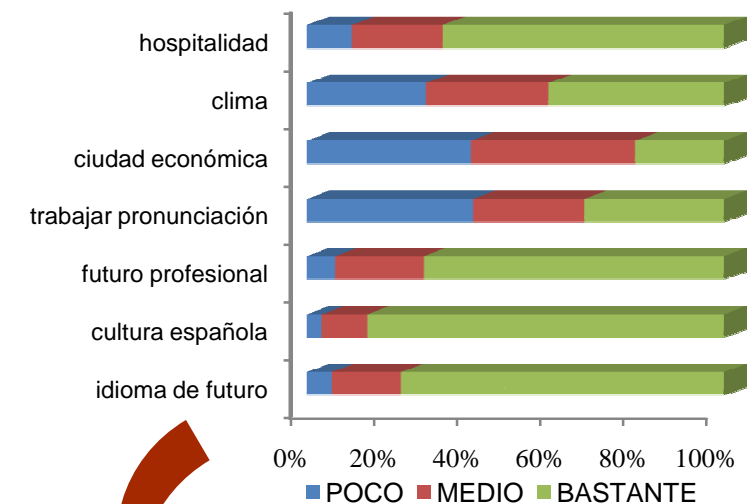
3. Realización de entrevistas en profundidad con profesores de español para extranjeros y con los principales representantes de UCOIdiomias.

### Características sociodemográficas del estudiante encuestado

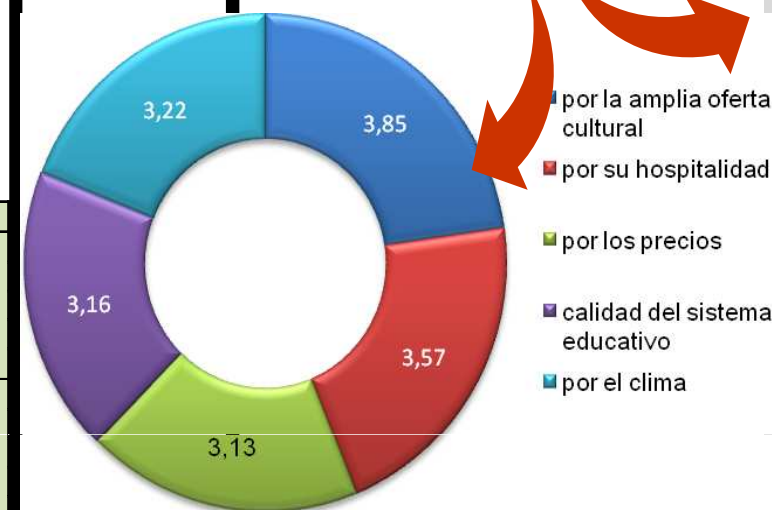
Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje		
Sexo	Varón	30,80%	Nivel de estudios		
	Mujer	69,20%			
Edad	17-20 años	30,20%		Primaria	1,40%
	21-25 años	55,50%		Secundaria	51,60%
	26-30 años	10,90%		Universitaria	37,90%
	más de 30 años	3,40%		Postgrado	8,60%
País de origen	Alemania	13,10%	Doctorado	0,50%	
	China	5,40%			
	Francia	5,40%			
	Italia	1,40%			
	Polonia	5,00%			
	Reino Unido	2,30%			
	Rusia	0,90%			
	Túnez	2,70%			
	USA	43,90%			
	Otros	10,90%			

## RESULTADOS

En la tabla mostramos la valoración media de una serie de razones claves para elegir el destino turístico. Se presentaron en una escala de Likert de 5 puntos (1-poca importancia, 5-mucha importancia) diferentes aspectos relacionados con la elección del destino turístico.



En el gráfico mostramos las principales razones por las cuales un alumno decide realizar un curso en España (y concretamente en Córdoba). Uno de los principales motivos que lleva a los alumnos a realizar un curso de español es el interés por la cultura española, seguido de la concienciación de que es un idioma de futuro y de la posible repercusión en su futuro profesional.



## CONCLUSIONES

El turismo idiomático posee un **EFFECTO MULTIPLICADOR**: durante su estancia el turista es visitado a su vez por otros turistas: familiares, amigos o compañeros de estudios o trabajo, lo que lo hace una clase de turismo muy interesante a desarrollar pues genera una gran riqueza en el destino.

El turismo idiomático podría ser de gran utilidad para hacer más atractiva la oferta turística de Córdoba y así poder hacer frente a uno de los grandes problemas de la industria turística, la **ESTACIONALIDAD**.

## REFERENCIAS

- FEDELE (2008): *Plan Estratégico de turismo idiomático 2009-2012*, Servicio de Publicaciones, Madrid.
- Hernández, J.M Y Campón, A.M.(2010) "Evolución del turismo idiomático en España: Un sector estratégico en auge" *Estudios Turísticos*, nº 186 pp. 45-68.
- Instituto Cervantes (2009): *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes*, Círculo de Lectores – Plaza & Janés, Barcelona.
- Taboada de Zuñiga, P. (2010) : "Una aproximación al turismo idiomático en España. El caso particular de las ciudades históricas" *actas de III Jornadas de Investigación en Turismo*