

# GRANADA

PROMOCIÓN | LA CAPITAL, UN REFERENTE EN PROGRAMAS DE INTERCAMBIO



Estudiantes extranjeros, ayer en torno a la entrada del Centro de Lenguas Modernas en el barrio del Realejo.

REPORTAJE GRÁFICO: LUCÍA RIVAS

## El turismo de idiomas mueve a 10.000 personas al año y deja más de 40 millones

● El I Festival Internacional de la Lengua, que se celebrará en octubre, pretende consolidar aún más un sector que genera medio millón de pernoctaciones anuales y 250 empleos directos

Miguel López GRANADA

Cada año 10.000 estudiantes de distintos programas de intercambio eligen la ciudad con el objetivo de mejorar y ampliar su nivel de español. Esto convierte a Granada en una de las primeras capitales de un selecto ranking que también encabezan otras como Málaga, Salamanca y Valencia, y que está liderado por Madrid y Barcelona.

A pesar de que el dato puede parecer baladí, el retorno para la economía provincial resulta importante, pues esos diez millones de personas generan un beneficio de base académica de 40 millones de euros anuales y 500.000 pernoctaciones, además de 250 empleos directos. Paralelamente, los estudiantes permanecen en la provincia una media de 8 semanas, lo que les convierte en prescriptores de Granada. La ciudad también es líder en recepción y envío de alumnos del programa Erasmus en toda Europa con unos 2.000 al año.

Quizás por eso Flecós –el I Festival Internacional de la



La Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada, un referente internacional.

Lengua, la cultura y el ocio que estará en el Palacio de Congresos de la capital los próximos días 3, 4 y 5 de octubre– pretende desarrollar el interés del aprendizaje del español en el mundo y consolidar la ciudad de Granada como destino prioritario para aprender la lengua de Cervantes. El ambiente universitario de la ciudad de la Al-

hambra es uno de los mejores caldos de cultivo para el aprendizaje del que ya es uno de los idiomas vehiculares en el mundo actual.

Durante los tres días que dure el evento se potenciará la ciudad como destino idiomático preferente y se contemplarán todos los públicos objetivos posibles. Se trata de que no

sólo los estudiantes vean con buenos ojos la posibilidad de escoger Granada, sino que también lo hagan profesores de español del país y del resto del mundo, turistas idiomáticos, instituciones, empresas y agencias de viaje.

El acto de presentación del festival, que espera superar las 300 inscripciones en su prime-

ra edición, contó con la presencia de diversos expertos académicos y responsables de las áreas de Turismo del Ayuntamiento –Rocío Díaz–, y la Diputación –Francisco Tarifa– y el delegado de Turismo de la Junta de Andalucía, Manuel Morales. Fue precisamente este último quien destacó el enorme contraste existente entre el aumento del número de pernoctaciones y el estancamiento en la creación de empleo. Mientras que las primeras experimentaron una subida del 12% durante el último ejercicio computado, lo segundo apenas creció un 1%.

Según los datos proporcionados por el propio delegado de Turismo, Manuel Morales, el 80% de los visitantes confiesa venir a Granada motivado por los atractivos culturales que ofrece la ciudad. “No es un dato que nos sorprenda”, apuntó en tono aclaratorio, mientras que la concejala de Turismo, Rocío Díaz, se mostró partidaria de seguir apoyando iniciativas como esta. Francisco Tarifa, por su parte, reafirmó el comprome-



Una pareja de turistas, en un céntrico hotel de la capital.

so de la Diputación con el festival y agradeció a todas las instituciones y empresas su aportación individual en el mismo.

Una de las principales ventajas es el efecto arrastre de la ciudad, que facilita la llegada de personas que vienen recomendadas por otros que ya la visitaron con anterioridad, o de familiares o amigos de alumnos de programas de intercambio. Afianzar ese efecto es una de las

**Manuel Morales**  
Delegado Turismo de la Junta

*El 80% del turismo que viene a Granada lo hace motivado por la cultura, pero no nos sorprende*

metas de Flecoc, pero no la única, pues el festival estará tematizado con cuatro categorías que buscan el reclamo de públicos de todos los tipos. La primera de ellas desarrollará la vertiente más científica del evento, que intentará consolidar el léxico más técnico a través de conferencias y talleres.

En segundo lugar, la promoción de Granada como ciudad-

oferta en turismo idiomático y cultural. Esta sección se ramificará en distintas subcategorías: naturaleza; deporte y wellness; Sierra Nevada; vino y gastronomía; música, danza y teatro; poesía y Lorca; flamenco; arte, patrimonio y la Alhambra; vanguardia y ciudad 3.0; destino Erasmus y destino de ciencias biomédicas.

Un tercer apartado estará destinado a Alemania, el país invitado en esta primera edición, cuyo objetivo es acercar la UGR a la bolsa de trabajo ofertada por instituciones y empresas germanas. En último lugar habrá un programa cultural con actuaciones, música y 'shows'.

Se pretende que desde ahora y hasta la apertura de las jornadas se sigan sumando organizaciones como el Instituto Cervantes, asociaciones y escuelas de español; así como otras de base cultural afincadas en la provincia –la Fundación Lorca, el Patronato de la Alhambra, museos y el Parque de las Ciencias– y sectores económicos relacionados con la enseñanza del español tales como editoriales.

¿La idea? Que Granada empiece a ser vista no sólo como lugar de llegada de ideas e iniciativas, sino también como punto de partida.



Alumnos extranjeros, ayer, durante una clase en la Facultad de Traducción.

## Alemania y Granada hablan la misma lengua

● Los visitantes provenientes del país germano son unos de los más activos de la provincia

**M. López** GRANADA

Alemania será la nación invitada en la primera edición de Flecoc. La buena sintonía entre la Cámara de Comercio de Friburgo (IHK Freiburg) y la de Granada (no hay que olvidar que tanto la ciudad germana como la andaluza están hermanadas) han sido determinantes a la hora de elegir el país teutón como convidado de excepción el próximo mes de octubre.

Federico Jiménez, presidente de la Cámara de Comercio de Granada, aseguró que la idea de la organización es estrechar lazos con sus homólogas germanas. “La de Córdoba y la de Núremberg tienen una muy buena relación, por lo que muchos estudiantes cordobeses se benefician de los programas de prácticas alemanes”, cuya remuneración y salida la-

### LAS CLAVES

#### Cámaras de Comercio

Estas instituciones no sólo fortifican y aúnan a empresas e industrias locales, sino que generan programas de colaboración de los que pueden beneficiarse también los estudiantes, como las de Córdoba y Núremberg.

#### Los alemanes dejan dinero

Un 3% de los visitantes que llegaron a la provincia en 2012 eran alemanes. No son cuantitativamente los primeros, pero sí cualitativamente. Los teutones se gastan 66 euros de media al día y pernoctan más que noches que nadie.

#### Un sector fundamental

El turismo ha sido, es y será una de las actividades económicas más importantes de Andalucía. Revitalizarlo e inventar nuevas formas de potenciarlo parecen las soluciones más efectivas para escapar de la asfixiante crisis económica.

boral posterior están muy por encima de las de España. El objetivo es conseguir eso mismo para los estudiantes de la UGR.

Los datos relativos al turismo

del país germano hablan por sí solos. De los 2.221.899 turistas que visitaron la provincia de Granada en 2012, 1.278.322 eran españoles y 943.577 extranjeros. Entre este segundo grupo, los 84.955 turistas alemanes que visitaron Granada representan casi el 10% del total (el 3% respecto a la cifra general de visitantes a la provincia).

Pese a que con respecto a 2011 se produjo un descenso nimio de menos de un 1%, los guarismos siguen siendo muy positivos, pues en 2009, 76.285 teutones eligieron Granada como destino en algún momento del año. Si se equipara esa cifra con la de 2012 se aprecia un aumento de 8.670 visitantes. Es decir, un 11,46% más. Y todo ello a pesar de la crisis.

Cuando menos destacable es la previsión de un 10% de crecimiento del turismo alemán en Andalucía. Además, los germanos son los que más se gastan durante sus vacaciones en la región –66 euros al día– y los que más número de noches pernoctan.

Precisamente la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, estuvo ayer representando a la comunidad en la Bolsa Internacional de Turismo de Berlín, donde reafirmó la importancia de “revitalizar el sector para completar la recuperación económica de nuestra tierra”.