



Educación, cultura, turismo

Descripción

En los últimos cinco años el sector turístico español ha vivido una profunda transformación. Hemos pasado de una situación de crisis -que muchos confundieron con el agotamiento de España como destino turístico- a otra de liderazgo internacional. Las cifras de entradas de turistas registradas en el año 2000 -más de 48 millones, 13 millones más que en 1995- nos convierten en el segundo país más visitado del mundo, sólo superado por Francia, destino al que, sin embargo, superamos en ingresos derivados del turismo internacional.

UN SECTOR LÍDER

Más allá de las grandes cifras, en este período se han producido otros cambios importantes. Los ingresos han crecido a un ritmo superior a las entradas de turistas y, en consecuencia, la rentabilidad del turismo internacional, medida a través de gasto medio realizado por turista, se ha incrementado considerablemente.

Estamos avanzando, de forma lenta pero constante, en la consecución de un viejo objetivo de la política turística: la desestacionalización. En el año 2000, por primera vez, se han registrado durante 7 meses consecutivos (de abril a octubre) entradas superiores a 4 millones de turistas al mes.

Estamos avanzando también en la desconcentración geográfica de la actividad turística. Entre 1997 y el año 2000 ha crecido el turismo internacional en todos los destinos turísticos españoles, con la única excepción del País Vasco, pero lo ha hecho más intensamente en aquellas comunidades autónomas con menos tradición turística. No en vano, entre los destinos turísticos que más han crecido en el año 2000 son los destinos de interior y de la cornisa cantábrica.

La mejora de las condiciones de financiación de la economía española ha impulsado además un intenso proceso de internacionalización de las empresas turísticas españolas. Las principales cadenas hoteleras han exportado con éxito su capacidad de gestión y hoy tienen una de cada tres camas en el exterior, distribuidas por todo el mundo.

A finales del año 2000, el 9,3% de los ocupados en España trabajaban en actividades características del turismo, generando un total de 1.414.815 puestos de trabajo.

El sector turístico es el primer sector de la economía española: representa más de un 10% de la riqueza que los españoles generan cada año; es nuestro primer sector exportador, hasta el punto de compensar por sí solo el déficit comercial del resto de los sectores exportadores de bienes y servicios.

Y no sólo es el primer sector de la economía española sino que, probablemente, es también el sector en el que España ostenta con mayor claridad la condición de líder mundial.

Pero todas estas cifras, que sin duda reflejan el éxito del sector turístico español, no pueden llevarnos a la autocomplacencia. Por el contrario, nuestro sector turístico tiene ante sí importantes desafíos que afrontar y no pocas oportunidades que aprovechar.

LENGUA, EDUCACIÓN Y TURISMO

Una de ellas, sin duda de las más importantes, está determinada por el enorme potencial turístico de nuestra cultura. España es uno de los países con mayor y más rico patrimonio histórico-artístico pero es cierto, al mismo tiempo, que no es reconocido habitualmente como un destino de importancia cultural en nuestros principales mercados de origen. A este déficit de imagen cultural se está respondiendo con una promoción exterior cada vez mayor de nuestra cultura. Aún queda mucho camino por recorrer en la tarea de convertir el recurso cultural en un producto turístico que se comercialice eficientemente.

Aquí cobran especial importancia cuestiones como la mejora en la accesibilidad a nuestro patrimonio (horarios más amplios y flexibles), el establecimiento de sistemas de reserva y cita previa en los museos y centros más visitados, así como en las grandes exposiciones y acontecimientos culturales, en cuya organización también es preciso un esfuerzo para elaborar y dar a conocer los programas con antelación suficiente para que puedan ser recogidos en los catálogos de los operadores de viajes organizados.

Junto a este riquísimo patrimonio histórico-artístico, existe también una extraordinaria cultura viva, de la lengua común de todos los españoles es su más importante manifestación.

El español encara el siglo XXI con unas perspectivas de crecimiento e influencia inéditas desde el siglo XVII. Es la lengua materna de más de 350 millones de personas, lo que la convierte en la tercera lengua más hablada del mundo. Asimismo, el interés por aprender español se ha multiplicado en Europa, en Brasil y en Estados Unidos, país en el que es elegido por dos de cada tres estudiantes de lenguas extranjeras.

Hasta hace muy pocos años, la actividad específica de la enseñanza del español a extranjeros se consideraba en España simplemente como una cuestión docente y académica, pero no se calibraba el enorme potencial que la enseñanza del español en España tiene desde el punto de vista económico y turístico.

Las personas que se desplazan a nuestro país con el objetivo principal de aprender español, se comportan de forma idéntica y demandan los mismos servicios que los que podría demandar un turista tipo, en lo referente a transporte, alojamiento, excursiones, compras, etc. Esto les convierte en turistas cualificados, con un alto nivel de gasto en relación con la mayor parte de los turistas y, por tanto, objeto de interés de las Administraciones responsables del turismo y en particular de la Secretaría General de Turismo, como responsable de la promoción exterior del turismo en España.

De acuerdo con un informe elaborado recientemente por la Secretaría General de Turismo (Diagnóstico del Sector del Turismo Idiomático en España, diciembre 2.000) la cifra anual de estudiantes de español que recibió nuestro país en 1999 se eleva a 130.000. El gasto medio diario es

de aproximadamente de 11.500 pesetas -entre un 30 y un 40% más que un turista que viaje a España con un paquete turístico-. Y el impacto económico directo que genera esta actividad es de más de cuarenta y dos mil millones de pesetas al año. Si estimamos en dos su efecto multiplicador (considerando el impacto generado de forma indirecta), el impacto económico global de este sector duplicaría la cifra mencionada.

Además, el turismo idiomático presenta otros rasgos destacables desde la perspectiva de la política turística, como son su contribución a la desestacionalización, al igual que otras motivaciones que tampoco dependen críticamente de las condiciones climatológicas; a la desconcentración geográfica, ya que los destinos más activos en turismo idiomático (Madrid o Salamanca) no coinciden con aquellos donde más intensamente se desarrolla la actividad turística; a la diversificación de los mercados de origen, en la medida en que el peso actual y sobre todo el potencial de crecimiento de los turistas de procedencias lejanas (Estados Unidos, Canadá, Brasil y Asia-Pacífico), atraídos por el aprendizaje del español, es muy superior al que tienen estos países en el conjunto de nuestra cartera de clientes; y, finalmente, por sus efectos positivos sobre la imagen de España como destino turístico.

Estamos, por tanto, ante un sector emergente, con grandes posibilidades de expansión y de consolidación de producto, y cuyas características hacen que merezca una especial consideración por parte de los responsables de la política turística.

En el estudio antes mencionado se han detectado no obstante algunos problemas y carencias estructurales del sector en la que debemos trabajar, como son la atomización de la oferta, la fuerte competencia internacional en este segmento y sobre todo las dificultades para la promoción y la comercialización de esta oferta tan poco estructurada. La Secretaría General de Turismo, a través de Turespaña, está trabajando para hacer frente a estos retos. Este año se celebrará en Madrid las terceras Jornadas Profesionales en las que durante dos días mantendrán contactos comerciales 130 agentes de viaje extranjeros especializados en la organización de este tipo de viajes a España con los representantes de las instituciones españolas que imparten cursos de español para extranjeros en los diferentes destinos españoles. La celebración de estas Jornadas permite al mismo tiempo a los profesionales extranjeros conocer los diferentes destinos españoles. Salamanca en Castilla y León y la Costa del Sol y Andalucía fueron los destinos de ediciones anteriores.

La Publicidad, la edición de pocos pero buenos catálogos en los idiomas solicitados y la inclusión de interesante información en las páginas web son otros tantos frentes en los que estamos trabajando para difundir esta importante faceta de nuestra cultura.

Es responsabilidad de todos cuantos trabajamos en este sector establecer estrategias coordinadas que nos permitan avanzar en la difusión de nuestro patrimonio histórico-artístico, en la programación de grandes acontecimientos culturales, en reforzar la acción comercial y favorecer el encuentro entre oferta y demanda del turismo cultural y lingüístico, porque con ello contribuiremos a la difusión de la imagen de España en el exterior y de los valores de hospitalidad, modernidad, cultura y diversidad que ello representa.

Fecha de creación

30/03/2001

Autor

Juan José Güemes