



INTERNACIONAL ■ IDEA PIONERA

Salamanca será la primera universidad del país con una red de franquicias de español

■ Por un canon de entrada de 20.000 euros, los emprendedores podrán enseñar castellano con la marca de la institución académica

R.D.L.

La Universidad de Salamanca quiere revolucionar de nuevo el mercado de enseñanza de español. Si hace casi un siglo fue pionera con la puesta en marcha de los primeros cursos de enseñanza de español para extranjeros que, como se demostró años después fueron todo un éxito, ahora la institución académica salmantina quiere adelantarse con las franquicias de español ELE/USAL. La Universidad de Salamanca se convertirá este año en la primera universidad del país en contar con una red de franquicias de español.

Como aseguró el rector Daniel Hernández Ruipérez tras la aprobación del proyecto en el Consejo de Gobierno, se trata de una "gran oportunidad" para los inversores interesados en el cada vez más amplio mercado de enseñanza del español, aunque la institución académica quiere ser prudente y su idea inicial es comenzar esta red con cuatro franquicias por año.

La Universidad de Salamanca y Cursos Internacionales siguen así el modelo de la Universidad de Cambridge que ha sabido explotar la marca de la institución al máximo en el ámbito del inglés y es quien lidera la enseñanza en este idioma. La institución académica salmantina quiere seguir sus pasos y extender aún más su prestigio en la enseñanza de castellano a estudiantes extranjeros. Si las franquicias funcionan, la Universidad tendrá una nueva herramienta para la internacionalización de su imagen.

Además, el proyecto pretende ofrecer una salida laboral a los



Fachada del edificio histórico de la Universidad de Salamanca. /ARCHIVO

Salamanca sigue el modelo de Cambridge, cuya Universidad se ha convertido en todo un referente en la enseñanza de inglés

titulados por la Universidad de Salamanca, favoreciendo a la vez la iniciativa emprendedora de los jóvenes.

Los interesados tendrán que pagar un canon de entrada de 20.000 euros, es decir, el coste por utilizar la marca de la Universidad de Salamanca. Este canon se paga una única vez en el momento de formalizar el contrato con la sociedad ELE/USAL, formada por la Universidad y Cursos Internacionales. Asimismo, el acuerdo establece que los franquiciados paguen un "royalty" del 8% sobre las ventas, o lo que es lo mismo, sobre la facturación anual, y un canon por publicidad del 1% sobre ventas.