



La USAL sumará Varsovia a sus ocho franquicias del español

Rafael Daniel VALLADOLID.

Salamanca sigue imparables creando franquicias de español por el mundo. Dos años y medio después de arrancar con su iniciativa, son ya ocho los centros en funcionamiento (Brasil, Miami, Estepona, Barcelona, Mallorca, Lisboa, Estrasburgo y Turin, esta última abierta hace apenas una semana) y ultima su desembarco en Varsovia antes de Semana Santa.

En cartera hay, además, otras nueve personas interesadas en enseñar español con el prestigioso sello de la Universidad de Salamanca, explica el responsable de este proyecto de la USAL, José Miguel Sánchez Llorente, quien no echa las campanas al vuelo porque "el negocio de las franquicias es muy fluctuante y, hasta que se firma, hay que dar muchas vueltas", aunque no obstante ve "muy probable" que al final cristalicen tres centros más en Europa en 2017. "Ya veremos", afirma.

Sánchez Llorente dice que es pronto para hacer balance de la iniciativa pionera puesta en marcha por la USAL, porque muchas de las franquicias "están en efervescencia. Si pasan el primer año, salen adelante". Los datos, sin embargo, echan por tierra su cautela. La mortalidad empresarial es cero, salvo el caso de Arabia Saudí, que en realidad no se llegó a abrir porque, cuando ya estaba vendida, el Gobierno del país exigió al franquiciado una "especie de impuesto" de 100.000 dólares.

"A ninguna le va mal"

"Cada una va a su ritmo, a unas les va muy bien y a otras no tanto, pero a ninguna le va mal, todas ganan dinero, y algunas mucho", afirma. La flexibilidad es la mejor arma para los emprendedores que se han lanzado a la enseñanza del castellano. No hay un patrón y cada una ha encontrado su nicho de negocio. En Miami, se han especializado en niños; en Estepona o Mallorca se dedican al turista residente; la de Barcelona ha logrado triplicar plantilla en apenas un año y medio haciendo exámenes de doble nacionalidad, mientras que en Lisboa, el alumno fundamental son empleados de empresas que quieren aprender español porque eso le va a valer en su futuro profesional.

"Lo bueno que tiene la franquicia es que cuando comienza, como tiene todos los cursos a su disposición, va a todo y con el paso del tiempo se va especializando en función de las peticiones", explica Sánchez Llorente. Para ello

disponen de la experiencia de una empresa de la Universidad, denominada Cursos Internacionales.

Así, cuando la franquicia necesita un curso de español para Medicina, Cursos Internacionales se los entrega. Y el repertorio es casi interminable: aparte de los cursos tradicionales -nivel B1-, tiene de Español de Negocios, de Fútbol, de Enología, de Turismo, de Arte, de Fotografía y hasta de Mística.

En los dos años y medio en funcionamiento, los alumnos que han hecho un curso de español en las franquicias gira entre los 500 y 600, cifra que no incluye a quienes han ido a hacer solo exámenes. "Lo bueno que tiene el negocio de franquicias es que está creciendo cada día. Cada año es como si duplicáramos el negocio, porque la que abre, el primer año lo pasa regular, pero a partir del

LA MORTALIDAD EMPRESARIAL DESDE QUE COMENZÓ LA INICIATIVA HACE DOS AÑOS Y MEDIO ES CERO

segundo ya tienes beneficios. Y por otro lado, están las que entran nuevas".

La Universidad de Salamanca cobra 20.000 euros de canon a cada franquiciado, cifra a la que hay que añadir un *royalty* de un 8 por ciento por cada curso que vende.

Las franquicias del español permiten a la USAL además cerrar el círculo. "Hemos detectado un tráfico de alumnos de manera que el que comienza haciendo un curso en Brasil o en Estrasburgo, al final acaba en Salamanca, porque quiere hacer una ampliación. Algo lógico pues le están vendiendo la excelencia de Salamanca como cuna del español", añade.

El perfil de los franquiciados es muy heterogéneo. Así, está desde el profesor universitario que ha abierto en Barcelona, al comercial de Farmacia de Estrasburgo, o al industrial de Extremadura que va a abrir ahora en Varsovia. Solo se precisa que sea un emprendedor, que no tenga miedo a abrir un negocio.

También lo es la procedencia. En algunos casos, han sido residentes en España que han decidido marchar para emprender; en otros, españoles que ya vivían en el país de apertura e incluso, como ocurrirá en la capital polaca, un empresario que llevará su negocio desde Extremadura.