



La región aspira a sumar 5 centros de español acreditados por el Cervantes

El nuevo plan del Español para extranjeros proyecta estudios de mercado en busca de nuevos demandantes

J. LUIS F. DEL CORRAL VALLADOLID

El español es la segunda lengua más hablada en el mundo tras el chino mandarín. Y tiene asegurada esa medalla de plata mientras EEUU prolongue su poderío económico a nivel mundial. Hoy son 572 millones de habitantes los que tienen capacidad de comunicarse en español y en 2050, su punto álgido, se estima que lleguen a 754 millones.

La Junta de Castilla y León se marca como objetivo «reforzar el desarrollo del potencial del sector de la enseñanza del español para extranjeros». En ese reto, la Consejería de Cultura y Turismo aspira a que el español sea un factor dinamizador de la economía y la cultura regionales.

Crear nuevas empresas, aproximarse a los mercados emergentes, captar nuevos tipos de alumnos y divulgar la actual oferta forman parte de los objetivos del III Plan del Español como Lengua Extranjera para 2018-2020.

La Consejería que dirige Josefa García Cirac aspira a sumar desde ahora hasta 2020 cinco nuevos centros acreditados por el Instituto Cervantes para la enseñanza del español que se sumarían a los 28 existentes al día de hoy. Castilla y León es la segunda comunidad después de Andalucía con mayor número de centros con este «sello de calidad» que a su vez se requiere para participar en acciones de promoción.

Salamanca lidera con creces la apuesta por el español. Esta provincia acoge 17 de los 28 centros. Le siguen Valladolid con seis, Burgos con tres y Ávila y Soria con uno. En León, Palencia, Segovia y Zamora ninguna escuela de formación ha conseguido por ahora acreditarse.

«En este nuevo Plan se considera necesario continuar trabajando exclusivamente con escuelas que estén acreditadas por el Instituto Cervantes», precisa el documento de la Junta, para quien esta exclusividad se debe a que asegura «una calidad contrastada con criterios homogéneos en la oferta que presenta Castilla y León en el exterior y aprovechar la excelente imagen del propio Instituto cervantes a nivel internacional».

Los cursos de español para extranjeros se imparten también en universidades y en las escuelas de idiomas de las nueve provincias. En conjunto son 46.256 estudiantes en 2017, lo que supuso el año pasado un aumento del 19,5%. Salamanca concentra casi dos de cada tres estudiantes.

A Castilla y León llegan sobre todo estudiantes de EEUU, China,

ESTUDIANTES DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA EN CASTILLA Y LEÓN

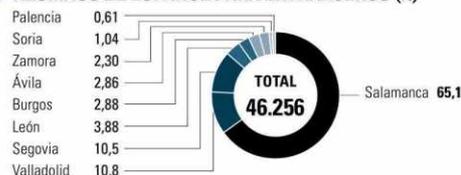
EVOLUCIÓN DE CENTROS ACREDITADOS POR EL INSTITUTO CERVANTES



PRINCIPALES EMISORES DE ALUMNOS EN 2017



ALUMNOS DE ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS (%)



INDICADORES PARA LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL

EMPENDIMIENTO Y DIMENSIÓN DEL SECTOR

9 proyectos apoyados para creación de empresas de enseñanza de español para extranjeros.

30 proyectos apoyados para consolidación y el crecimiento de los proyectos empresariales.

45 proyectos apoyados en otras industrias culturales.

100 visitas turísticas de promoción del español para extranjeros.

9 jornadas sobre la acreditación del Instituto Cervantes.

27 asistentes a las jornadas sobre la acreditación del Instituto Cervantes.

33 centros de enseñanza de español acreditados por el Instituto Cervantes en Castilla y León.

90 acciones formativas relacionadas con el emprendimiento y la dimensión del sector.

114 Número de acciones formativas por las EE.OO.II.

INNOVACIÓN

30 proyectos orientados a la innovación, relacionados con la gestión empresarial.

Cuántía de las inversiones realizadas en el CIE-USAL: 4,9 millones

3 Acuerdos y convenios con el CIE-USAL en el ámbito de la innovación.

6 asesorías realizadas en materia de innovación.

6 proyectos relacionados con la diversificación del modelo de actividad.

60 acciones formativas relacionadas con la innovación y nuevas tecnologías.

19.000 usuarios de la Red Mundial de Hispanistas.

INTERNACIONALIZACIÓN

3 diagnósticos de mercados demandantes de cursos de español realizados en colaboración con el CIE-USAL.

63 acciones promocionales en mercados tradicionales desarrolladas en destino.

18 acciones promocionales en los mercados tradicionales en Castilla y León.

4 acciones de otro tipo (concursos, etc.) en los mercados tradicionales.

6 acciones promocionales en mercados nuevos o poco explorados desarrolladas en destino.

9 acciones promocionales en los mercados nuevos o poco explorados desarrolladas en Castilla y León.

4 acciones de otro tipo (concursos, etc.) en los mercados nuevos o poco explorados.

6 acciones promocionales diseñadas para profesionales de diversos ámbitos.

24 acciones formativas programadas en materias relacionadas con la internacionalización.

2 congresos internacionales del español organizados en Castilla y León.

6 congresos vinculados a la lengua española celebrados en Castilla y León.

3.200 prescriptores de opinión de la enseñanza de español para extranjeros alcanzados.

FUENTE: Consejería de Cultura y Turismo

EL MUNDO DE CASTILLA Y LEÓN

UN 81,5% DE CUMPLIMIENTO Y CARENCIAS DE DISTINTO CALADO

La Consejería de Cultura y Turismo cifra en un 81,5% el grado de cumplimiento del II Plan. Apunta que el eje de internacionalización se cumplió en un 110%, con éxitos en promoción y comercialización y jornadas con representantes de institucionales o agencias de viajes educativos que son «consideradas las más eficientes» por el Consorcio. El eje de empleo y desarrollo empresarial se ejecutó en un 79%. Destaca la puesta en marcha del sistema consorcial mixto del español para extranjeros, «como marco «idóneo» para la cooperación y «punto de encuentro de todos los agentes implicados». La innovación, investigación y tecnología fue el eje con

mayor incumplimiento. Se ejecutó el 55%. «Los mejores resultados de este eje han venido a través del fomento de las iniciativas empresariales y la colaboración con instituciones de referencia del español a nivel nacional e internacional». Aunque no consta en el plan, los incumplimientos proceden, según fuentes de la Consejería de distintos frentes: En el caso de la marca 'Aprende español en Castilla y León' «se decidió integrarla en la Marca Territorio. Tampoco se alcanzó el cumplimiento en la mejora de las actividades de comercialización, diversificación y especialización de las empresas del sector. «Las ayudas convocadas para la creación de empresas de base tecnológica tuvieron una respuesta menor a la esperada y la implantación de un sistema de inteligencia sectorial fue considerada innecesaria por los propios agentes del sector».

Francia, Italia, Alemania y Reino Unido. El 63% de los alumnos proceden de estos seis países.

El III Plan persigue aumentar la demanda y la oferta del sector. Se marca como objetivo elevar la demanda con más presencia en los mercados tradicionales y en los nuevos o emergentes: reforzar la constante y promoción de Castilla y León como destino idóneo para aprender español y captar alumnos de mercados con escasa o nula presencia de la Comunidad son dos objetivos genéricos del plan que considera que hay razones «comerciales» en muchos de los estudiantes potenciales del español.

En el lado de incrementar la oferta, se plantea la creación de nuevas empresas y el aumento de su tamaño con especial incidencia en la implantación de soluciones innovadoras.

El borrador no tiene al día hoy presupuesto global. «El presupuesto está planteado, pero pendiente de algunos trámites internos para su concreción», señalan fuentes de la Consejería de Cultura y Turismo.

El plan se estructura en tres ejes: emprendimiento y dimensión del sector, innovación e internacionalización.

► **EMPRENDIMIENTO.** Es en este eje donde se enmarca el aumento de centros acreditados por el Instituto Cervantes. Además, se establece de manera genérica el apoyo a la creación de empresas de enseñanza del español, la ampliación de las sinergias del sector en industrias culturales (artes escénicas y musicales, editorial, bibliotecas, artes plásticas...) y mejorar la capacitación de los profesionales.

► **INNOVACIÓN.** Se trata de aprovecharse de las innovaciones tecnológicas para mejorar la eficiencia de la empresa, la relación con los clientes y la formación de alumnos y profesores. La Consejería de Cultura y Turismo apoyará la creación del Centro Internacional del Español de la Universidad de Salamanca (CIE-USal), entre las medidas previstas en el plan. Un centro que prevé inversiones de un millón de euros para este año y de 1,95 para 2019 y 2020. Se marca el reto de llegar en 2020 a 19.000 usuarios de la Red Mundial de Hispanistas.

► **INTERNACIONALIZACIÓN.** La internacionalización de este sector requiere un enfoque particular porque es inherente al estudio del español para extranjeros. Por eso, el plan se marca el reto de abordar diagnósticos de mercados demandantes de cursos de español con colaboración con el CIE de la Usal. Además, la Consejería de Cultura abordará actuaciones de promoción de mercados nuevos o poco explorados, que puedan implicar a alumnos de español, así como congresos regionales, nacionales e internacionales.