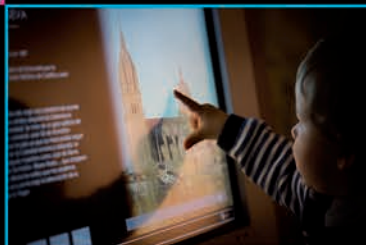


Informe de Gestión 2015



08

08_Salamanca, Ciudad del Español



Ciudad del Español

1. Introducción

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

2.2. Objetivos operativos

3. Líneas de Actuación

4. Servicios e Infraestructura

4.1. Datos de la Oficina de Información y Atención al Estudiante de Español.

4.2. Acreditaciones profesores de español.

4.3 Información sobre objetos perdidos.

5. Actuaciones

5.1. En Destino

5.1.1. Edición de Material Promocional

- Nuevo catálogo promocional para la feria de Londres:
- Cintas porta-identificaciones (Lanyard):
- Reedición de material

5.1.2. Cultura

- Conferencia del profesor José Antonio Fernández Cuesta “Del Camino de la Lengua Castellana al español, idioma universal”
- Clases de gastronomía
- Alumnos Rusos del Conservatorio de Moscú
- Preparación del Convenio con la ATSSP
- Conferencias organizadas por ICEX. “WEBMINARIO ENSEÑANZAS DEL ESPAÑOL. MERCADOS DE OPORTUNIDAD: REINO UNIDO, FRANCIA, CANADÁ Y CHINA”

5.1.3. Comunicación y Soportes on-line

- Suministro de material didáctico y promocional para dos Conferencias sobre Salamanca, en Burdeos y en Soullans, del Cónsul de Francia en Salamanca.
- Asistencia al foro Internacional IFEMA

- Datos 2015 del portal WEB Salamanca, Ciudad del Español
- Datos Canal SCE YouTube
- Datos Facebook.

5.1.4. Comunicación internacional

- Inserción publicitaria a página completa en el catálogo de la feria London Language Show Live 2014
- Promoción en la WEB de Stein Study
- 25 Aniversario del programa en Salamanca de la Southern Connecticut University
- E-mailing informativo

5.1.5. Recepciones

5.1.6. Colaboración con FEDELE

- FEDELE Annual Meeting. Del 21 al 24 de septiembre de 2014
- ECELE V Encuentro Nacional de Centros de Enseñanzas de Español. Del 9 al 12 de noviembre de 2014

5.1.7. Convenio Universidad de Rutgers

5.1.8 Colaboraciones con Grupo AvanzaBus

5.1.9. Reunión en Salamanca del Consejo Consorcial. Abril 2015

5.2. En Origen

5.2.1. Participación en las acciones promocionales de carácter internacional organizadas por la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

5.2.2. Presentación de SCE en el International Institute of París.

5.2.3. Asistencia a la XXVII Feria Language Show Live 2015 (Londres)

1. Introducción

La enseñanza del español para extranjeros ha sido considerada durante años como una mera actividad educativa, pero en la actualidad, se ha convertido en un subsector turístico-cultural con gran relevancia económica. La conceptualización de esta modalidad ha sido variada, pero la que ha tenido mayor aceptación ha sido la de “turismo idiomático”, cuya definición, concretada por el Instituto de Turismo de España es la siguiente: «actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, en lugares distintos al de su entorno natural, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer la inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural».

A nivel económico, el turismo idiomático genera unos ingresos considerables debido a la mayor estancia de los estudiantes de idiomas, en comparación con los turistas «clásicos». En este sentido, el aprendizaje de idiomas consigue un turismo de estancia prolongada que favorece la generación de empresas de servicios y el nuevo empleo, así como un impulso a las actividades de ocio, y un aumento de la demanda de otras modalidades turísticas, como son el turismo gastronómico, rural, deportivo, excursionismo, etc...

Partiendo de esta base, el proyecto integral de la marca turística Salamanca, Ciudad del Español, responde a la existencia de un *cluster*¹ en la ciudad, dentro del sector de la enseñanza del español, y a partir de esta circunstancia se busca conseguir el objetivo de una adecuada promoción internacional basada en la calidad académica, y en el hecho de ser la ciudad pionera en la impartición de cursos de español dentro del país, ya que su Universidad lleva más de 85 años organizando este tipo de actividad, con la creación en 1929 de la cátedra de español para extranjeros.

En relación con los recursos idiomáticos, además de los “Cursos Internacionales” y de “Lengua y Cultura Españolas” de las dos universidades, existen en la actualidad en la ciudad, un total de 21 centros educativos dedicados a la enseñanza de español para extranjeros. Son escuelas privadas que en el 76% de los casos ostentan la acreditación del Instituto Cervantes, criterio que reconoce un excelente nivel de calidad. Estas escuelas se ubican, en todos los casos, en la zona histórica y monumental. Una gran parte de ellas se creó entre 1990 y 1999, en el momento de mayor despegue del turismo idiomático en la ciudad. Es entonces cuando surge el 45% de las academias actuales. Con anterioridad a 1990 abrieron

¹ Grupo de empresas interrelacionadas que trabajan en un mismo sector industrial y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes.

siete de los centros, lo que representa el 35%. El 20% restante corresponde a los más recientes, es decir, a los que han entrado en funcionamiento a partir del 2000.

Además, existen tres agencias comercializadoras que han comenzado su actividad en fechas más recientes, entre 2001 y 2012.

Para Salamanca, la enseñanza del español es un recurso cultural destacado, pero también un motor económico prioritario, que genera oportunidades y crea empleo, reforzando la imagen cosmopolita y moderna de la ciudad, la cual es muy beneficiosa para su proyección internacional, porque integra y complementa la identidad tradicional de carácter centenario y patrimonial.

Es imprescindible dar a conocer, a través de la promoción más apropiada, todas las posibilidades existentes en torno al estudio del español en la ciudad, remarcando la relación con los recursos turísticos de carácter monumental, ya que constituyen un valor añadido y una de las fortalezas del destino.

El turismo idiomático crea nuevas oportunidades, como una mayor diversificación y desestacionalización, pero a la vez precisa de una correcta coordinación entre la Administración y las instituciones y empresas implicadas. Ese es uno de los objetivos principales de la marca Salamanca, Ciudad del Español.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

El objetivo general que afronta la marca Salamanca, Ciudad del Español respecto al turismo idiomático, es el posicionamiento de la ciudad como la mejor opción para estudiar español, diferenciándose del resto de destinos actualmente presentes en el mercado. Ello supone la pugna con una competencia muy fuerte, y es necesaria la cooperación entre todos los sectores implicados, con el objetivo de presentar una oferta y unos servicios de calidad, que supongan una clara diferencia frente al resto. A este respecto Salamanca, Ciudad del Español, a lo largo del año 2015 ha continuado consolidando los logros obtenidos en los últimos 10 años, desde la creación de la marca en 2005, y ha reforzado las estructuras organizativas existentes, manteniendo su presencia en mercados internacionales prioritarios e implementando los recursos y servicios ofrecidos en destino a los estudiantes extranjeros.

El reconocimiento del valor del español, como recurso para el turismo y para la economía de la ciudad es fundamental como elemento dinamizador y creador de empleo, muy especialmente relacionado con el carácter patrimonial de Salamanca, por los intensos vínculos ya existentes entre idioma y cultura, ciudad y turismo.

Es por ello que se ha dado la mayor relevancia a la potenciación y la promoción de la ciudad, como destino perfecto para la enseñanza del español, destacando la calidad de la oferta académica, turística y de ocio, y orientando gran parte de las actuaciones a la consecución de dicho objetivo.

2.2. Objetivos operativos

Los objetivos operativos trazados para el año 2015 mantuvieron los principios fundamentales que conformaron la génesis de la marca, y que fueron definidos en el Plan Estratégico y de Competitividad, concretando los pasos necesarios e imprescindibles para alcanzar el objetivo general, y formulados como la herramienta eficaz que permita convertir la ciudad en un referente mundial de la enseñanza del español.

La consecución de dichos objetivos se mantiene como una labor constante respecto al sostenimiento de la calidad, la oferta de servicios en destino y la promoción internacional de la marca:

- Mantener y promocionar la imagen de Salamanca como ciudad del español, de una manera efectiva en la que el estudiante identifique: “Salamanca = Español”, y la imagen del destino se asocie a la calidad, modernidad, vitalidad y dinamismo.
- Incentivar una unión de todo el sector y los agentes implicados, potenciando los intereses intersectoriales.
- Continuar con las pioneras e innovadoras acciones dirigidas a los estudiantes de español, que constituyen un signo diferenciador frente a otros destinos que presentan una fuerte competencia.
- Acercar la oferta cultural de la ciudad a todas las empresas miembros de Salamanca, Ciudad del Español, con el fin de ampliar cualitativamente su plan de actividades, y facilitar al alumno extranjero la entrada en el circuito cultural de la ciudad.
- Concienciar a la ciudad desde las instituciones de la importancia que tiene la presencia de estudiantes extranjeros de español como motor económico, de diversidad cultural y de cosmopolitismo.
- Promover la integración y la participación en la vida diaria de la ciudad de los estudiantes extranjeros.

- Implementar las medidas necesarias que eviten la estacionalidad.
- Mantener la política de información y comunicación constante y directa con todos los miembros integrantes del convenio Salamanca, Ciudad del Español.
- Proporcionar una atención y servicio personalizado al alumno, coordinando y facilitando la interrelación con las instituciones municipales de cultura, deporte, ocio, haciendo partícipes a las empresas y comercios de la ciudad.
- Mantener e implementar las necesarias mejoras para la seguridad de los estudiantes de español en la ciudad.
- Continuar con la política de sondeo y evaluación de la opinión de los estudiantes de español respecto de la ciudad, lo que nos permitirá la adecuación, actualización y optimización de los recursos en función de las necesidades.
- Internacionalizar la oferta cultural como medio de promoción de la ciudad en el exterior y como atracción para los extranjeros que viven y estudian en la ciudad.

3. Líneas de Actuación

Reconocer la importancia del turismo idiomático, en un mundo globalizado en el que el aprendizaje de una lengua extranjera amplía fronteras y colabora en la apertura de mercados, es el paso necesario para trazar las líneas de actuación y la articulación de una serie de objetivos para cubrir las necesidades detectadas y las demandas planteadas.

Para ello se mantienen las directrices aconsejadas por el Plan Estratégico y de Competitividad de la marca:

- Convocatorias periódicas de la Mesa del Español como foro de encuentro del sector y herramienta de coordinación de políticas de oferta y demanda.
- Participación en workshops y viajes de familiarización (prensa y operadores turísticos) para la promoción y difusión de la marca.
- Promoción del destino en mercados y ferias de alto interés, conjuntamente con las dos universidades y las escuelas de español.
- Fomento y promoción de una oferta de calidad en la ciudad, tanto en el aspecto académico como de servicios.
- Edición y actualización del material promocional.
- Utilización de herramientas on-line para la adecuada difusión de la marca.

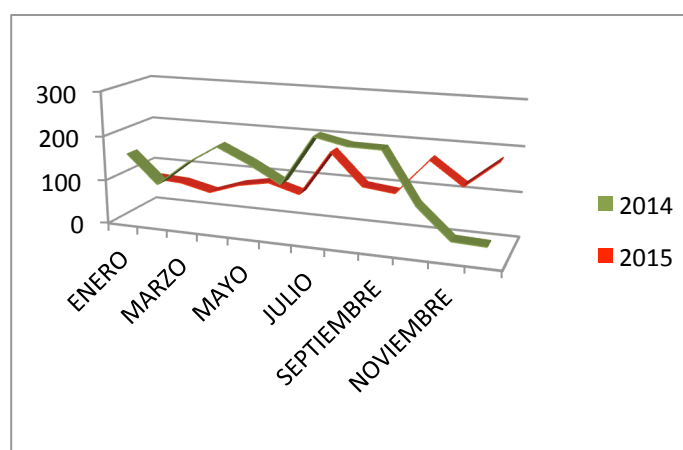
- Establecimiento de convenios de cooperación con instituciones y entidades tanto públicas como privadas que sirvan de elementos de transmisión internacional del destino.
- Colaboración activa con sectores comerciales de la ciudad que de manera transversal pueden favorecer las mejoras en las ofertas de servicios al turismo idiomático.
- Respaldo a los centros educativos y universidades en el desarrollo de sus actividades extracadémicas, especialmente cuando el desarrollo de algunas de estas pudieran entrar en conflicto con otros colectivos profesionales.
- Organización de actividades didácticas que favorezcan la inmersión lingüística de los estudiantes de español así como la interrelación con los salmantinos.
- Colaboración con asociaciones de estudiantes con el fin de acercar a los alumnos extranjeros los recursos que ofrece la ciudad.

4. Servicios e Infraestructura

4.1. Datos de la Oficina de Información y Atención al Estudiante de Español.

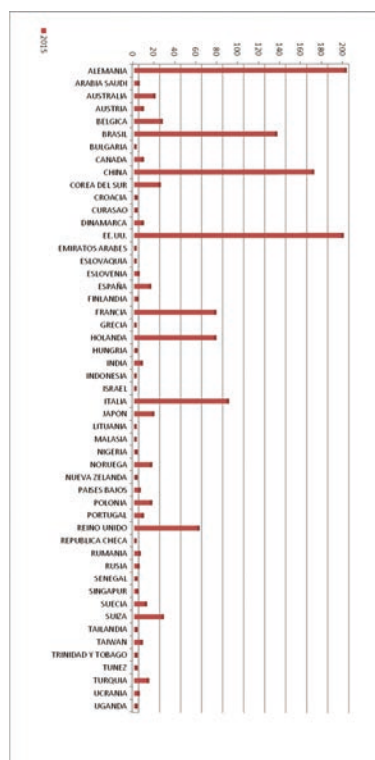
Durante el año 2015 la Oficina de Información y Atención al Estudiante de Español ha atendido un total de 1257 demandas de información.

- Datos comparativos (2014-2015) de las consultas en la Oficina de Atención e Información al Estudiante de Español:

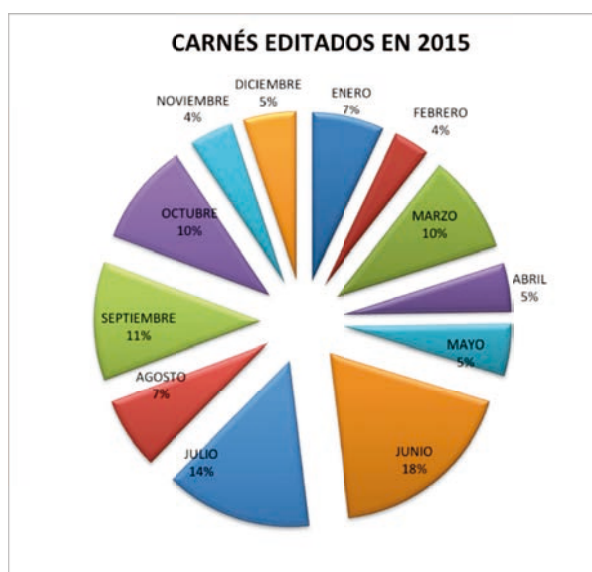


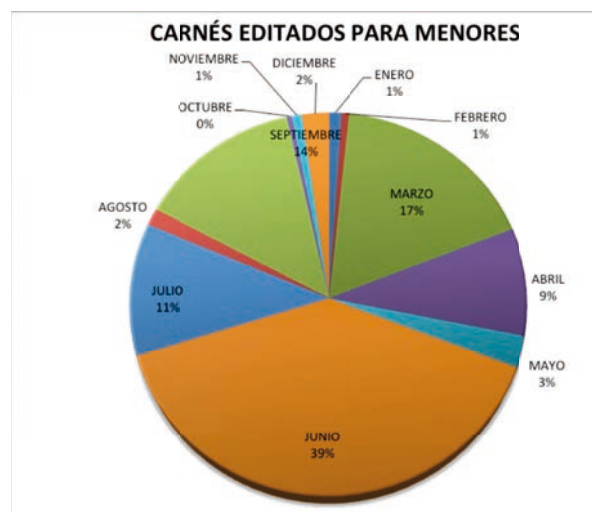
- Datos de consultas por nacionalidades en la Oficina de Atención e Información al Estudiante de Español:

Las tres nacionalidades más frecuentes han sido: Alemana con un 15,91%, Estadounidense con un 15.67% y China con un 13.44%.



El número de carnés editados han sido 2060. Esto supone un incremento del 14.1%, respecto al año anterior (1762).





4.2. Acreditaciones para profesores de español

Durante el año 2015 se ha mantenido la edición de las acreditaciones para los profesores de español, con el fin de que fueran utilizadas durante las denominadas “clases prácticas de Arte” por la ciudad, con estudiantes extranjeros. En relación a este asunto, el 27 de febrero de 2015 se envió un comunicado a todos los miembros de SCE informándoles sobre la intensificación de la vigilancia, por parte de la Policía Local, respecto a las visitas guiadas por Salamanca, con el fin de evitar el intrusismo profesional con el colectivo de las guías turísticas de Salamanca. Y en ese comunicado se les recordaba a los profesores de español la obligatoriedad de llevar la acreditación perfectamente visible, durante todo el recorrido de la visita, ya que de no ser así, serían sancionados.

Salamanca ciudad del español

Ayuntamiento de Salamanca

Nombre de la Escuela

Nombre del Profesor



La acreditación creada para los profesores de español tanto de las escuelas, como de las dos universidades de Salamanca, se ha visto complementada en este año con una cinta soporte identificativa (landyard), en la que destacaba el logo de la marca, para facilitar y

hacer perfectamente visible, tanto a los agentes de policía, como a los guías turísticos, la identidad de los portadores de la misma.

Asimismo se han mantenido estrictamente los criterios marcados en cuanto a los requisitos para la expedición de las acreditaciones, por lo que, todos los solicitantes han debido presentar su contrato de trabajo, en calidad de profesor titulado de español.

En total se han realizado a lo largo del año un total de 56 nuevas acreditaciones para profesores, cuyas solicitudes procedían de 14 escuelas de español.

4.3 Información sobre objetos perdidos

La colaboración establecida en el año 2012 con el departamento de Policía Local, en cuanto a la seguridad en el Turismo Idiomático, se ha mantenido activo durante el año 2015 con el envío periódico y actualizado de información acerca de los objetos perdidos, pertenecientes a estudiantes extranjeros, con lo que se facilita y agiliza su devolución antes de que regresen a sus países, y a la vez se favorece la imagen de la ciudad de Salamanca en cuanto a la correcta y activa coordinación de los servicios municipales con las escuelas de español y las entidades académicas.

5. Actuaciones

5.1. En Destino

5.1.1. Edición de Material Promocional

- Catálogo promocional para la feria de Londres:

Con motivo de la asistencia a la 27ª edición de la feria de idiomas “Language Show Live”, celebrada en Londres, y de acuerdo con el cambio en el formato de presentación de la marca en dicho evento, se diseñó un nuevo catálogo promocional, editado especialmente para esta ocasión, y en el cual se incluyeron las fichas completas de todas las escuelas de Salamanca acreditadas por el Instituto Cervantes, así como los departamentos de Cursos Internacionales y de Lengua y Cultura Española de las dos universidades, con el fin de que se convirtiera en una eficaz herramienta para promocionar la ciudad de Salamanca y su calidad académica, en los centros educativos del Reino Unido.



- Cintas porta-identificaciones (Lanyard):

Como se ha expuesto anteriormente en el punto 4.2., con el fin de facilitar la labor a los agentes y a los guías turísticos de reconocimiento e identificación de las acreditaciones de los profesores de español, utilizadas en sus clases de arte por la ciudad, se diseñaron unas cintas de sujeción (landyards) para las mismas, con el logotipo de la marca SCE.

Este nuevo elemento distintivo se entregó a todos los profesores que disponían de la acreditación.



Así mismo, durante el año 2015, y debido a la gran demanda por parte de las escuelas, se reeditó el siguiente material didáctico y promocional:

- Los planos de la ciudad para estudiantes (en inglés y en español)
- La rueda de verbos irregulares
- El poster de la Plaza Mayor
- El tríptico informativo sobre el carnet gratuito de SCE (en español)
- El desplegable con la Ruta- Gimkhana de bienvenida por la ciudad.

5.1.2. Cultura

- Conferencia en la Sala de la Palabra del profesor, abogado, economista y periodista José Antonio Fernández Cuesta, el 20 de octubre de 2015, titulada: “Del Camino de la Lengua Castellana al español, idioma universal”. Dicha conferencia fue presentado por Eugenio García Zarza, catedrático y académico de la Real Academia de la Historia.



- Clases de gastronomía

Por quinto año consecutivo se organizaron, durante los meses de verano, las clases de gastronomía típica salmantina y española, dirigidas a los estudiantes de español.

Al igual que en ediciones anteriores, dicho programa se realizó en las instalaciones de la "ESCUELA DE HOSTELERÍA SALAMANCA", ubicada en la C/ Santa Marta nº 24, y se ofrecieron un total de 4 clases, que de acuerdo con las peticiones de las escuelas de español, se distribuyeron de la siguiente manera: Tres clases en el mes de julio y una clase en el mes de agosto.

Las fechas y el horario en esta edición 2015 fueron:

Mes de Julio:

- Miércoles 8 de 18:00 a 20:30
- Miércoles 15 de 18:00 a 20:30
- Miércoles 22 de 18:00 a 20:30

Mes de Agosto:

- Miércoles 5 de 18:00 a 20:30

Cada una de las sesiones tuvo una duración de dos horas y media, y se permitió un máximo de 15 alumnos en cada clase.



Se realizaron sencillas recetas tradicionales, propias de la gastronomía salmantina y española, tales como: las típicas patatas “meneadas”, tortilla de patata, gazpacho, tapas variadas, paella, etc...y posteriormente los alumnos pudieron degustar juntos lo que habían cocinado.

El sistema de aceptación de las solicitudes, fue el mismo que se ha venido realizando en años anteriores; las escuelas envían (vía e-mail) los listados de los alumnos participantes, y se van aceptando por orden de recepción hasta completar los 60 alumnos correspondientes a las 4 clases.

(Es requisito imprescindible para la aceptación en las listas que los alumnos inscritos tengan el carné de estudiante de Salamanca, Ciudad del Español).

- Actividad musical con alumnos de conservatorios rusos estudiantes de la Escuela Mester

Un grupo de jóvenes músicos rusos, de diferentes escuelas de Moscú, visitaron Salamanca para aprender español en la escuela Mester y gracias a la colaboración de la Fundación Salamanca, Ciudad de Cultura, ofrecieron varios conciertos en sus instalaciones y establecieron relaciones con alumnos y profesores de la Escuela Municipal de Música y del Conservatorio de la ciudad.

El miércoles 4 de noviembre tuvieron una actuación en el Teatro Liceo a las 18:00 horas con entrada libre hasta completar el aforo.

- Convenio con la ATSSP

En el mes de abril de 2015 se comenzó a elaborar el nuevo Convenio de Colaboración entre la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León, La Universidad de Salamanca, el Ayuntamiento de Salamanca y La American Association Of Teacher Of Spanish And Portuguese (AATSP).

La AATSP decidió celebrar en 2018 su convención en Salamanca, coincidiendo con el centenario de su creación y el octavo centenario de la Universidad de Salamanca.

Para dicho congreso conmemorativo el Ayuntamiento de Salamanca tendrá una participación activa en la organización del mismo, y una destacada presencia en los actos institucionales.

- Participación en las Conferencias organizadas por ICEX: “WEBMINARIO ENSEÑANZAS DEL ESPAÑOL. MERCADOS DE OPORTUNIDAD: REINO UNIDO, FRANCIA, CANADÁ Y CHINA”.



Dichas ponencias estaban impartidas por miembros de las Oficinas Comerciales y de Educación y Cultura dependientes de las diferentes embajadas:

- Reino Unido
- China
- Francia
- Canadá

5.1.3. Comunicación y Soportes on-line

- Suministro de material didáctico y promocional para una conferencias sobre la ciudad de Salamanca impartidas por el Cónsul de Francia en Salamanca, M. Robert Dengler

en dos centros culturales de Francia: en el Espace Culture de Bazancourt (Burdeos) y en el de Soullans (Ciudad hermanada con la Villa de Ledesma).

Ambas intervenciones consistieron en una presentación de Salamanca y su entorno a través de los videos “Salamanca, Única” y “Salamanca, Ciudad del Español”, y de la información detallada de los distintos aspectos y recursos culturales y turísticos destinados a los estudiantes de español.

Los asistentes a dichas conferencias eran, por un lado estudiantes de enseñanza secundaria, que tenían el español como segunda lengua, y por otro adultos interesados en aprender nuestro idioma.

- Asistencia a la primera edición de “EL FORO INTERNACIONAL DEL ESPAÑOL 2.0” celebrado en IFEMA los días 23, 24, 25 y 26 de abril de 2015. Dicho evento estuvo promovido y organizado por la Comunidad de Madrid a través de la agrupación empresarial Plataforma del Español, con el auspicio de la Real Academia Española, el Instituto Cervantes, la Universidad de Alcalá, la Fundación General CSIC y el CERLALC – UNESCO.



- Datos 2015 del portal WEB Salamanca, Ciudad del Español:
 - 244.424 visitas
 - 82,60% Porcentaje de visitas nuevas
 - Páginas más visitadas:
 1. Ciudad de Salamanca (Información general, Cómo llegar, Paseos por Salamanca, Historia)
 2. Cómo Llegar
 3. Información de Escuelas
 4. Plano
 5. Paseo por la ciudad
 6. Video

- Procedencia de las visitas: un total de 90 países, entre los que destacan por número de entradas: Francia, Estados Unidos, Portugal, China, Brasil, Alemania, Italia, Reino Unido, Holanda, Austria, Bélgica, Suiza, Canadá.

- Datos Canal SCE YouTube:

El canal de visualización de Salamanca, Ciudad del Español en la red “YouTube” ha tenido desde su publicación un total de 89.037 reproducciones, con una media de más de 89 descargas diarias.

- Datos Facebook:

El perfil de Facebook ha mantenido su función de proporcionar, en un formato actual y de carácter inmediato, toda la información sobre los espacios culturales de Salamanca a los estudiantes de español. Se publicó información sobre la programación de Ieronimus, Scala Coeli, Monumenta Salmanticae, Museo de Comercio, Museo de Automoción, etc... Así como de los eventos significativos de la ciudad: Celebración del Lunes de Aguas, fiestas de San Juan de Sahagún y de la Virgen de la Vega, Festival de las artes de Castilla y León, Feria del libro, etc.....complementándolo con historias y anécdotas curiosas de nuestra ciudad, que por otro lado permiten la práctica del español a los usuarios.

También se han publicado todas las fotos de los grupos que visitan el Ayuntamiento en las múltiples recepciones ofrecidas a lo largo del año, y se dan a conocer las acciones promocionales y la presencia en ferias internacionales de la marca Salamanca, Ciudad del Español.

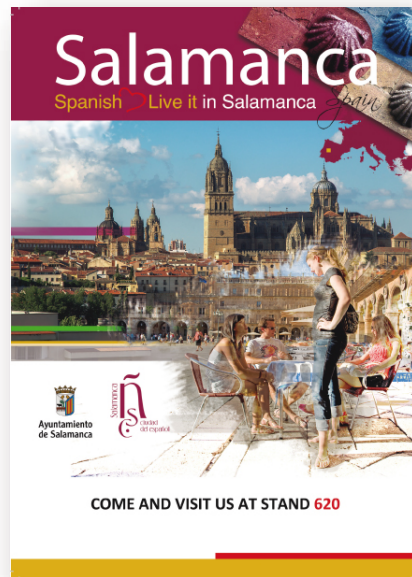
Con todas estas propuestas ofrecidas desde el perfil de Facebook de Salamanca, Ciudad del Español, durante el año 2015 se han obtenidos 1499 “*me gustas*”, lo que supone un aumento del 66% respecto al año pasado.

En la misma línea, a lo largo de 2015 se ha utilizado el canal de Skype para ofrecer la posibilidad de practicar en directo y gratuitamente el español, con el personal de Atención al público de la Oficina de Salamanca, Ciudad del Español, el cual proporciona habitualmente contestación en directo a las consultas de los estudiantes respecto a todo tipo de cuestiones relacionadas con la ciudad.

Igualmente, se sigue ofreciendo la posibilidad a los estudiantes de publicar sus videos, donde nos cuentan su experiencia lingüística, o si lo prefieren, se les ofrece la alternativa de grabarles directamente con la webcam de la Oficina de Atención al Estudiante de Español.

5.1.4. Comunicación internacional

- Inserción publicitaria de la marca a página completa en la guía oficial de la feria London Language Show Live 2015.



- Promoción de Salamanca como destino idiomático en la página WEB de la agencia internacional STEIN STUDY.

Se contactó con la agencia comercializadora irlandesa Stein Study, encargada de promocionar las estancias lingüísticas en España para los estudiantes irlandeses, y se le proporcionaron imágenes e información sobre la ciudad de Salamanca, para que se incluyeran en la que será su nueva Website www.steinstudy.com, en el apartado sobre destinos para el aprendizaje de idiomas, con el fin de promocionar nuestra ciudad entre los alumnos irlandeses.

- Celebración del XXV Aniversario del programa de lengua española en Salamanca (Colegio de España) de la Southern Connecticut State University.

En 2015 la Universidad de Southern Connecticut (SCSU) cumplía el vigésimo quinto aniversario del establecimiento de su programa de cursos de español en Salamanca, en el Colegio de España.

Con motivo de dicha celebración la SCSU editó un libro conmemorativo que contó con una carta de bienvenida y agradecimiento del Alcalde de Salamanca, D. Alfonso Fernández Mañueco.

Además, el concejal delegado de Turismo y Cultura, D. Julio López Revuelta, recibió en el Ayuntamiento a los máximos representantes de dicha Universidad.



- E-mailing informativo a los profesores de español en el Reino Unido sobre nuestra presencia en la feria Language Show Live 2015.

En los días previos a la asistencia a la feria de Londres Language Show Live, al igual que se ha venido haciendo en las siete ediciones anteriores, se procedió a enviar una invitación a todos los contactos en el Reino Unido, profesores, agentes, estudiantes, para que acudieran a visitar el stand que la marca Salamanca, Ciudad del Español ocuparía en la misma.

5.1.5. Recepciones

El número de recepciones que desde la Concejalía de Cultura y Turismo del Ayuntamiento de Salamanca se han ofrecido, durante este año 2015, a grupos de profesores, responsables académicos, periodistas, estudiantes y en definitiva a prescriptores de opinión, han sido un total de 46. A todos ellos, se les entregó una bolsa de bienvenida con material informativo, didáctico y promocional.

▪ Datos de las recepciones:

8 de enero de 2015

Programa Profesores
Ministerio Educación.

Australia.

12 Profesores

Don Quijote

21 de enero de 2015

Ecker College. Florida.

16 estudiantes y 2
profesores

Hispano-Continental

22 de enero de 2015

Wake Forest University

16 estudiantes y 3
profesores

USAL

**16 de febrero
de 2015**

Saddleback College (CA.
USA)

15 estudiantes y 3
profesores

Colegio Unamuno

**23 de febrero
de 2015**

Liceo de Milan (Italia)

28 estudiantes y 2
profesores

Colegio Iberico

**27 de febrero
de 2015**

Liceo de Turin

47 alumnos y 4
profesores

Colegio Delibes

3 de marzo de 2015

Alumnos de Italia y
Bélgica

60 alumnos y 4
profesores

Tía Tula

4 de marzo de 2015

Liceos Italia

42 alumnos y 3
profesores

Colegio Delibes

16 de marzo de 2015

Western Illinios

40 estudiantes y 2
profesores

Colegio de España

19 de marzo de 2015

Liceo de Milán

35 estudiantes y 2
profesores

Colegio Ibérico

27 de marzo de 2015

Colegio Reino Unido

23 estudiantes y 3
profesores

Tía Tula

15 de abril de 2015

Liceo de Turín

20 estudiantes y 2
profesores

Colegio Delibes

21 de abril de 2015

Liceo Italiano

21 estudiantes

y 2 profesores

Tía Tula

4 de mayo de 2015

Liceo de París

18 estudiantes y 3
profesores

Centro de Estudios
Hispánicos

15 de mayo de 2015

Liceo Turístico de Lille
(Francia)

21 alumnos y 2
profesores

Colegio Delibes

2 de junio de 2015

Wright State University

12 alumnos y 1 profesora
ISA

2 de junio de 2015

Colegio Charriere
(Francia)

70 alumnos y 4
profesores

Colegio Unamuno

10 de junio de 2015

Universidades Americanas

100 alumnos y 6
profesores

Travel and Education

15 de junio de 2015

High School (USA)

18 alumnos
y 2 profesores

Tía Tula

16 de junio de 2015

Chadwick School (USA)

12 alumnos y 2
profesores

Spanish Learning

17 de junio de 2015

St David´s y Shipley
School

38 alumnos y 8
profesores

Colegio Unamuno

18 de junio de 2015

Liceo Francés

65 alumnos y 4
profesores

Colegio Delibes

22 de junio de 2015

Universidades Americanas

60 alumnos y 7
profesores

Tía Tula

23 de junio de 2015

40 alumnos y 3
profesores

Universidad de Nebraska
y Maryland

Colegio Hispano-
Continental

23 de junio de 2015

20 alumnos y 2
profesores

Universidad de Texas
Universidad Pontificia

24 de junio de 2015

Colegio Wilfred Laurier.
(Canadá)

23 alumnos

y 2 profesores

Colegio de España

25 de junio de 2015

Liceo de Venecia

77 alumnos y 4
profesores

Colegio Delibes

30 de junio de 2015

Profesores de EE.UU e
Italia

75 alumnos y 4
profesores

Colegio Unamuno

2 de julio de 2015

55 Profesores
americanos

Mester

6 de julio de 2015

Universidad de Miami

53 estudiantes y 2
profesores

USAL

9 de julio de 2015

Universidad de UMMAS
(USA)

55 estudiantes y 3
profesores

Colegio Hispano-
Continental

10 de julio de 2015

14 Profesores
americanos

Tía Tula

15 de julio de 2015

25 Aniversario del
programa de Southern

Conneticut State

University en Salamanca

Colegio de España

16 de julio de 2015

30 alumnos y 4
profesores

Liceo de Italia

Colegio Unamuno

20 de julio de 2015

19 estudiantes y 2
profesores

Liceo Italiano

Tía Tula

21 de julio de 2015

20 Alumnos y 3
profesores

Unversidad de Rutgers

23 de julio de 2015

30 estudiantes y 2
profesores

Liceo de Marano,
Nápoles.

Enforex

27 de julio de 2015

22 profesores europeos
Tía Tula

**14 de septiembre
de 2015**

15 alumnos y 2
profesores

Wake Forest University

**17 de septiembre
de 2015**

38 alumnos
y 3 profesores

Liceo Turístico de
Venecia
Colegio Delibes

Universidad de Nis
(Serbia)
Mester

Rusia
Mester

**22 de septiembre
de 2015**

18 alumnos y 2
profesores
Bello Horizonte Brasil
Spanish Learning

8 de octubre de 2015

12 profesores
Alemania
Enforex

**11 de diciembre
de 2015**

12 alumnos
y 2 profesores
High School Australia
Colegio Hispano-
Continental

**29 de septiembre
de 2015**

11 alumnos y 2
profesores

**3 de noviembre
de 2015**

20 alumnos
y 6 profesores
Escuelas de Música.
Moscú.





5.1.6. Colaboración con FEDELE

Desde Salamanca, Ciudad del Español se colaboró activamente en la realización de un viaje de familiarización (“fam trip”), que culminaría el VI Encuentro Nacional de Centros de Enseñanzas de Español ECELE, celebrado en Madrid en las fechas del 24 al 25 de Noviembre de 2015.

El traslado de los profesores de español a Salamanca se realizó el 26 de noviembre, y el objetivo era que conocieran la ciudad, la amplia y cualificada oferta académica y de servicios destinada a los estudiantes de español.

5.1.7. Convenio Universidad de Rutgers

La Universidad Estatal de New Jersey Rutgers, localizada en New Brunswick fue fundada en 1766 y está considerada como una de las 60 mejores universidades del mundo. Pertenecer a la Asociación Americana de Universidades y recientemente se ha unido a “Big Ten Conference” como la más diversa de todas las de este grupo. Se considera una institución reconocida por la cantidad de investigadores que reciben becas Fullbright.

Dicha Universidad cuenta con un destacado Departamento de Español y Portugués, con una gran tradición y excelencia académica para los estudiantes, tanto de pre-grado como de post grado. Ofrece a sus estudiantes dos programas distintos de verano para estudiar

español en el extranjero; uno en España, con una única sede en la ciudad de Salamanca, y el otro en Sudamérica, concretamente en la ciudad de Cuzco, Perú.

Esta importante Universidad de Rutgers lleva más de 10 años con su programa de estudiantes de español en Salamanca y fue la directora del Departamento de Español y Portugués quien manifestó su deseo de que sus alumnos participaran activamente en las acciones programadas por Salamanca, Ciudad del Español. En virtud de lo cual, ambas entidades, Rutgers University y la Sociedad Municipal de Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca S.A.U., a través de Salamanca, Ciudad del Español, suscribieron un convenio de colaboración.



5.1.8 Colaboraciones con Grupo AvanzaBus

- Nuevo terminal de punto de venta en la Oficina de Atención de Salamanca, Ciudad del Español.

De acuerdo con la línea de cooperación mantenida con la empresa de transporte de viajeros por carretera, Grupo Avanza, a través del convenio de colaboración firmado en 2011, se ha llegado a un acuerdo para que los estudiantes de español pudieran disfrutar, a través del carnet SCE, de descuentos del 10% en la compra de sus billetes de autobús en las rutas Madrid – Salamanca (incluido la línea de autobuses directos al aeropuerto de Madrid- Barajas Adolfo Suarez) así como en el resto de sus trayectos.

Se acordó con la empresa el que facilitara a los estudiantes extranjeros la expedición de los billetes, por lo que se pueden adquirir de dos maneras:

1- A través de la compra on-line, dentro del portal web de la empresa AVANZABUS, en el apartado dedicado a Salamanca, Ciudad del Español:

<http://www.avanzabus.com/web/10-de-descuento-salamanca-ciudad-del-espaol.html>

2- En un nuevo terminal de venta de tickets (solo disponible con tarjeta de crédito) instalado en la oficina de Atención e Información a los Estudiantes de Español de la Plaza Mayor nº 32, donde los billetes tienen un precio ligeramente inferior al de la compra online, ya que no se incluyen las tasas de gestión.

Para poder beneficiarse de este descuento, se exige que los estudiantes tengan el carné de Salamanca, Ciudad del Español, el cual deberán mostrar en el momento de acceder al autobús. En caso contrario, el billete adquirido con este descuento no será válido.

Esta oferta no está disponible ni en las ventanillas de venta de la estación de autobuses, ni en las agencias de viajes.

Con el fin de que los alumnos dispusieran de una mayor información respecto a las frecuencias de las líneas de autobuses de AvanzaBus, especialmente en las líneas que hacen la ruta directa a las dos terminales del aeropuerto de Madrid-Barajas (T1 y T4), se distribuyeron entre las escuelas y las universidades posters informativos con los horarios de salidas y llegadas de dicho trayecto.



- Vinilado de BUS

La otra iniciativa enmarcada dentro del convenio con AvanzaBus, ha sido el acuerdo dirigido a la promoción y difusión de Salamanca como destino para el aprendizaje de español, a través del “vinilado” de un autobús con las imágenes y el logotipo de la marca Salamanca, Ciudad del Español.

Para dar a conocer dicha iniciativa se realizó una presentación de la imagen del nuevo vehículo del grupo Avanza Bus en la Plaza Mayor.

El propósito de la promoción en este vehículo es el de que se convierta en una nueva herramienta de promoción y difusión de la ciudad, como referente del turismo idiomático. Se utilizará también, para cubrir servicios discrecionales de recogida de profesores, agentes y prescriptores de opinión en dicho aeropuerto. De hecho, los profesores participantes en el “fam trip” de la reunión anual en Madrid del ECELE 2015, fueron los primeros que fueron recogidos en dicho autobús para su traslado a Salamanca.



5.1.9. Reunión en Salamanca del Consejo Consorcial.

El Miércoles, 8 de abril a las 13:00 horas en el Ayuntamiento de Salamanca se celebró el Consejo Sectorial Consorcial Mixto del Plan del Español de la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, presidido el Director General de Políticas Culturales y Comisionado para el Español D. José Ramón Alonso.

En dicha reunión se presentaron los siguientes puntos destacados:

La previsión de actuaciones para el año 2015 respecto a la internacionalización, en la cual se incluían un total de 23 acciones programadas en los siguientes mercados: EE.UU, Alemania, Reino Unido, Australia y varias de ellas que se consideran “multimercado”, puesto que los asistentes son de nacionalidades diversas.

También se expusieron un total de 9 jornadas directas programadas en diferentes países, consistentes, por un lado, en los denominados “Días del Español”, en los que se promueve la enseñanza del idioma español en las diversas sedes de los Institutos Cervantes, y por otro, en un concurso que premia al mejor estudiante de español en escuelas de Irlanda y Polonia, concediéndole una beca académica y de estancia junto con un profesor.

En esta misma línea, se presentaron acciones con las redes de centros, viajes de familiarización con agencias y prensa, de marketing on-line con Brasil, y contactos con agentes lingüísticos de 25 países.

El resto de acciones previstas fueron: Los planes de promoción individualizados, los programas de becas para profesores de español, y la convocatoria de subvenciones centradas en el aprendizaje electrónico y renovación, el apoyo a los centros sin acreditaciones del Instituto Cervantes, y los recursos didácticos del español.

Asimismo se informó de que la Red Mundial de Hispanistas se había ampliado con dos socios más: la Fundación G. Sánchez Ruipérez y el Instituto Castellano Leonés de la Lengua.

Por último, se llevó a cabo la firma oficial del convenio con la Asociación Americana de Profesores de Español y Portugués (AATPP), que cuentan con cerca de 700 profesores, para la celebración de un congreso en el año 2018, coincidiendo con el VIII Centenario de la USAL.



5.2. En Origen

5.2.1. Participación en las Acciones Comerciales Internacionales organizadas por la Fundación Siglo para el Turismo y las Artes de Castilla y León.

- Jornada comercial con representantes de instituciones educativas de Alemania.

- Fecha: 26 de marzo

- Lugar de la jornada: Salamanca

El grupo de representantes estaba formado por 13 profesionales de la enseñanza, todos ellos con posiciones de alto nivel en sus instituciones y con capacidad para tomar decisiones. Se les presentaron los servicios y recursos que ofrece la ciudad en cuanto al turismo idiomático, y se les entregó el material promocional y didáctico de Salamanca, Ciudad del Español.

- Jornadas Comerciales de instituciones educativas y agencias multimercado.

- Fecha: 14 de mayo

- Lugar de la jornada: Valladolid

El grupo de representantes estaba formado por 18 personas todas ellas con posiciones de alto nivel en sus instituciones y con capacidad para tomar decisiones y a todos ellos se les informó de las acciones y programas de Salamanca, Ciudad del Español y se les entregó el material promocional y didáctico de la marca.

- Envío de material para su entrega en la feria LANGUAGE FAIR 2015. Organizada por National Forum For The Enhancement Of Teaching and Learning in Higher Education, T&L, IOT's Language Network, and One Voice For Languages.

- Lugar: Dublín

- Fecha: 6 de junio

- Jornada comercial con representantes de instituciones de EE.UU. Canadá.

- Fecha: 16 de julio

- Lugar de la jornada: Salamanca

El grupo de representantes estaba formado por 11 responsables académicos de diversas instituciones de ambos países y a todos ellos se les entregó el material promocional de Salamanca, Ciudad del Español.

- Jornada comercial con representantes de instituciones de EE.UU y Canadá.

- Fecha: 24 de septiembre

- Lugar de la jornada: Burgos

En este caso el grupo de representantes estaba formado por 12 personas con capacidad para tomar decisiones y a todos ellos se les entregó el material promocional de Salamanca, Ciudad del Español.

- Jornada comercial con representantes de instituciones de Reino Unido e Irlanda.

- Fecha: 29 de octubre

- Lugar de la jornada: Segovia

El grupo de representantes estaba formado por 12 profesores y responsables municipales de educación primaria, a los que se les entregó el material promocional de Salamanca, Ciudad del Español y material didáctico editado por la Fundación de Saberes para la distribución entre los alumnos de los colegios de Salamanca, y que describen aspectos sobre la historia y el arte de la ciudad, con el fin de que sirviera de material educativo y promocional para los alumnos de español de los diferentes colegios del Reino Unido e Irlanda.



- Jornada comercial con representantes de instituciones de USA

- Fecha: 19 de noviembre

- Lugar de la jornada: Salamanca

El grupo de representantes estaba formado por 8 agentes comercializadores a los cuales se les presentó la oferta de la ciudad de Salamanca y sus amplios recursos en cuanto al turismo idiomático, entregándoles asimismo el material promocional y didáctico de la marca.



- Jornada comercial con representantes de instituciones de Australia, Nueva Zelanda.
- Fecha: 26 de noviembre
- Lugar de la jornada: Valladolid
- El grupo de representantes estaba formado por 12 profesores de secundaria, y que demostraron gran interés por la ciudad de Salamanca, por su patrimonio cultural, su historia y tradición, así como por calidad académica.



5.2.2. Presentación de SCE en el International Institute of París.

Salamanca Ciudad del Español, adoptó en 2015 una estrategia para la internacionalización centrada en el mercado europeo, a través de dos acciones diferentes, adecuando las tácticas de posicionamiento a las características de los distintos mercados objetivos.

Por un lado se mantuvo la promoción del destino, con material específico, en la feria de Londres, Language Show Live, y por otro, y con un estructura completamente diferente, se le ofreció a los miembros de Salamanca, Ciudad del Español apoyo institucional en acciones promocionales, comerciales, o presentaciones que se realizaran en la ciudad de París.

Este respaldo institucional dirigido a las escuelas miembros de la marca (acreditadas por el Instituto Cervantes), así como a las dos universidades, consistiría en una presentación de la ciudad de Salamanca como destino perfecto para el turismo idiomático, exponiendo todos sus amplios recursos dedicados exclusivamente a los estudiantes de español, la entrega de material promocional

para los profesores, responsables académicos o agentes asistentes, la coordinación de la convocatoria de medios de comunicación, a través de la OET de París, así como la organización de actividades complementarias al acto principal. Solamente se aceptaría una solicitud por empresa.

Las propuestas deberían incluir un informe detallado de la actividad promocional o comercial a realizar, con los siguientes datos: Fechas y lugar de realización, Lugar de celebración del acto, Perfil de público al que se dirige la acción: estudiantes, profesores, agentes, Número de asistentes, etc.

Y en función de estos aspectos se valoraría la conveniencia y pertinencia de la presencia institucional de la marca en dichas acciones.

El plazo límite de presentación de las propuestas expiraba el 30 de octubre de 2015.

Se recibió una solicitud de apoyo, por parte del Colegio Delibes, para la realización de una acción promocional, y una vez comprobado que dicha propuesta reunía todos los requisitos oportunos, se aceptó, llevándose a cabo la presentación de la marca de turismo idiomático, “Salamanca, Ciudad del Español” el día 3 de octubre, en el *Internacional School of París*, situado en el nº 6, rue Beethoven, París 75016.

La convocatoria reunió a más de 50 profesores de español como lengua extranjera de toda la ciudad, los cuales participaron en un taller de “Formación de Formadores” con una

duración de 4 horas lectivas, y por el cual se les concedió un diploma acreditativo de su participación. Se finalizó con una degustación de productos típicos de Salamanca.

Por parte de Colegio Delibes participaron en el desarrollo y organización de dicha jornada: Miguel Ángel Benito, director del Colegio Delibes y presidente de la Asociación de Escuelas de Español de Castilla y León, Reyes Morato profesora-formadora de profesores de E.L.E, y Pierre Depois, director comercial en Francia de Colegio Delibes.

- Valoración:

Estas acciones promocionales de apoyo institucional, en coordinación con las escuelas y dirigidas a los profesores de español (indiscutibles prescriptores de opinión de los estudiantes de idiomas), son muy eficaces, tienen un coste bajo y un retorno seguro, puesto que la imagen que se transmite del destino, en cuanto a la coordinación y cooperación de sus instituciones públicas y el sector privado de la educación, es altamente positiva.



5.2.3. Asistencia a la XXVII FERIA Language Show Live 2015 (Londres)

Lugar de celebración: National Hall, Olympia, Kensington, Londres.

Fecha: 16 a 18 de octubre 2015

Horario: Viernes 16: 10:00-18:00

Sábado 17: 10:00-18:00

Domingo 18: 10:00-17:00

- **Número total de stands en la feria:** 140 procedentes de más de 16 países
- **Precio de la entrada:** Gratuito
- **Datos estimados de visitantes:** 8.756
- **Perfil de Visitantes:** Profesores, tour-operadores, estudiantes, agentes comerciales, padres de alumnos.
- **Desglose general de visitantes:**
 - 40% profesores
 - 31% estudiantes
 - 15% lingüistas
 - 14% intérpretes y traductores
- **Ubicación:** Stand nº 620, (isla) en la parte central del recinto expositivo.



La procedencia de los stands españoles en la feria:

- Madrid, Granada, Málaga, El Puerto de Santa María, Sierra de Guadarrama, Castellón, Valladolid, Alicante, Vitoria, Turismo de Andalucía, Turismo de Castilla La Mancha, Universidad Autónoma de Barcelona.

En esta edición 2015 de la feria Language Show Live, se decidió cambiar el formato de presentación de la marca Salamanca, Ciudad del Español, de acuerdo a la petición enviada por las escuelas de español participantes.

Su misión se centró en la promoción del destino, presentando todos los servicios que ofrece la ciudad en el sector del Turismo Idiomático. Se complementó con la distribución de un nuevo catálogo promocional, diseñado específicamente para la ocasión, y en el cual se incluyó información detallada de todas las escuelas de Salamanca acreditadas por el Instituto Cervantes, así como una carta de presentación y de bienvenida a los estudiantes del Reino Unido, por parte del Alcalde de la ciudad.

Este cambio, relativo a la presencia de la marca en la feria, supuso un incremento en el presupuesto destinado al evento, respecto al realizado en el año 2014.



Organización y expositores

Al igual que en las ediciones anteriores, la empresa Upper Street Events fue la encargada de la organización de la feria The Language Show Live 2015, que ha venido siendo una de las más destacadas del sector de los idiomas de todo el Reino

Unido. Participaron empresas procedentes de varios segmentos dentro del sector idiomático, agrupadas por tipo de producto:

- Enseñanza de lenguas
- Enseñanza de inglés como lengua extranjera (TEFL)
- Traducción
- Carreras profesionales relacionadas con los idiomas
- Gestión de prácticas lingüísticas y formación laboral

La organización ofreció este año como actividades complementarias:

- 37 clases de idiomas
- 11 espectáculos culturales de todo el mundo
- Más de 100 seminarios y presentaciones gratis
- Eventos de networking en directo

Difusión de la presencia de SCE en la feria

Salamanca, Ciudad del Español contactó previamente, al igual que en todas las ediciones anteriores, con los departamentos de lengua española de un total de 45 universidades del Reino Unido, de los cuales 9 están ubicados en Londres, invitando a sus alumnos y profesores a asistir a la Feria y visitar el stand de la marca.

Además de los contactos establecidos, se mantuvieron reuniones de trabajo con D. Gonzalo Capellán de Miguel (nuevo Consejero de Educación de la Embajada de España en el Reino Unido e Irlanda), así como con la Asesora Técnica de Consejería de Educación, Dña. Isabel Mateos Polo, y D. Gilberto Terente Fernández Responsable de Programación Académica: En dicha reunión se trataron temas sobre las futuras actuaciones educativas de la Consejería de Educación de la Embajada en el Reino Unido durante el 2016, y la participación de Salamanca, Ciudad del Español en dichas acciones.

Se mantuvo asimismo una reunión con responsables del International New York Times, sobre la posibilidad de inserciones publicitarias de la marca, y con agentes de la revista editada en español, en la ciudad de Londres, “La Tundra”, sobre un reportaje de la ciudad de Salamanca y la vida diaria de sus estudiantes de español.

Igualmente se mantuvo una reunión con la directora del proyecto “The Network for Languages London”, Anne Farren, como consejera de proyectos de la Universidad de Westminster y coordinadora de la región sudeste de la National Association of Language Advisers. Y en último lugar con los responsables de Radio Lingua Network y Coffee Break Languages, respecto a las posibilidades que ofrecen de practicar español con podcast de radio y audio.

Actividades complementarias

- Degustación de productos gastronómicos salmantinos

El sábado, día 17, por cuarto año consecutivo, desde las 13:00h a las 14:45h, se ofreció una degustación de productos gastronómicos típicos de la provincia, para los visitantes del stand de Salamanca, Ciudad del Español, y como en ocasiones anteriores, provocaron un gran interés por parte del público asistente.

- Participación en el nuevo Symposium “Speak to the Future”

El viernes 16 de Octubre, dentro de las actividades organizadas por la organización de la feria Language Show Live se celebró un nuevo formato de symposium, denominado “Speak to the future”, en el que se impartieron los siguientes seminarios:

- “Idiomas y búsqueda de empleo, iniciativas empresariales y profesiones”

En dicha jornada participaban figuras del mundo empresarial, acompañadas por jóvenes emprendedores, lingüistas profesionales, orientadores y especialistas en recursos humanos que compartieron un debate en directo sobre el valor de las lenguas en el mundo laboral.

- “Más allá del horizonte 2020 relativo a las comunicaciones en Gran Bretaña”

En este seminario fundamentalmente buscaba la manera de fomentar la capacitación para los idiomas desde la educación primaria hasta la secundaria, mediante el desarrollo de redes de aprendizaje de idiomas en las escuelas donde la enseñanza de estas lenguas puede ser desarrollada como parte del currículo escolar.

Valoración de la presencia de SCE

El mercado británico es muy complejo, puesto que tradicionalmente no ha tenido gran interés por el aprendizaje de idiomas, dado que la suya ha sido y es, la primera

lengua de comunicación internacional. Es por ello, que partiendo de cifras anuales muy bajas de estudiantes de español en la ciudad, en el último año, este mercado ha entrado a formar parte de los 5 principales países emisores. El aumento de su presencia en Salamanca ha sido progresivo, y de los poco más de 2000 alumnos que se recibieron en 2008, en la actualidad, según los últimos datos recabados (2014), los alumnos británicos superarían ampliamente los 4.100.

Ello convierte al Reino Unido en un mercado preferente, debido a la nueva motivación en el aprendizaje de lenguas, y concretamente a la creciente demanda del idioma español, por delante del francés e incluso del alemán. Esta circunstancia ha impulsado y mantenido la presencia de la marca Salamanca, Ciudad del Español en esta feria del turismo idiomático en el Reino Unido, a la que se ha asistido ininterrumpidamente, durante ocho años, con un stand propio, ya que era una de las más destacadas de toda Europa.

El stand de SCE se ha ido reubicando a lo largo de los años, y en las últimas 4 ediciones el emplazamiento ha sido óptimo, ocupando una isla completa en el área denominada “The Piazza”, centro neurálgico de la muestra, y visita obligada para los visitantes por las continuas presentaciones y espectáculos llevadas a cabo allí.

Conclusión

En los últimos dos años se percibió un descenso en la afluencia de visitantes, lo que llevó a realizar una consulta a las escuelas y universidades participantes para valorar la presencia de la marca en la feria en futuras ediciones. Se decidió que para esta edición 2015 se probaría un nuevo formato y habría un cambio en la presentación, pero a pesar de ello, se pudo comprobar que la feria seguía perdiendo visitantes por segundo año consecutivo, y que la importante inversión, empezaba a no guardar relación respecto al potencial retorno. Por lo que, una vez finalizada la feria y enviado el informe a las escuelas de español con los datos de la misma, se realizó una nueva consulta a todos sus miembros sobre el interés de participación de la marca Salamanca, Ciudad del Español en la próxima edición 2016, y en esta ocasión la decisión de todas las escuelas, excepto una, ha sido la negativa a que la marca mantenga su participación directa o indirectamente en dicho evento.

Las razones fundamentales que argumentan la no asistencia a esta feria idiomática de Londres, que ha constituido durante los últimos ocho años una de las apuestas más importantes en cuanto a la promoción internacional, de la marca Salamanca,

Ciudad del Español, está basada en la disminución tanto el número, como la calidad de los visitantes, circunstancia que igualmente han sufrido otras destacadas ferias comerciales del idiomas, tales como la célebre Expolangue de París, o su homónima Expolingua, con sede en Berlín, en la cual la marca participó, formando parte del stand de ADE-EXCAL, en las ediciones 2008 y 2009.

A esto hay que añadir, que los costes de alquiler del espacio, así como de los servicios ofrecidos por la organización, lejos de verse disminuidos, se han ido incrementando año a año, por lo que finalmente, y de acuerdo a todo lo anteriormente expuesto, se ha decidido que esta acción promocional no resultaba conveniente; a pesar de que, ha supuesto durante muchos años un gran apoyo en cuanto al posicionamiento de la marca en el Reino Unido, aspecto corroborado por el incremento sustancial en los últimos años del número de estudiantes británicos en la ciudad.

En definitiva, se considera que el rendimiento actual de la presencia en esta feria, no se corresponde con el importante esfuerzo económico que supone, por lo que se buscarán otro tipo de actividades, adaptadas a los nuevos contextos del mercado y consensuadas con todos los miembros en la Mesa del Español.

Esta decisión no significa, de ningún modo, que Salamanca, Ciudad del Español dé la espalda al mercado británico, ya que en la actualidad es un nicho destacado que hay que seguir potenciando, dado el aumento exponencial en la demanda del aprendizaje de español en los últimos años.

Con la adopción de esta medida, simplemente se plantea la búsqueda de nuevas acciones que permitan una perfecta promoción de la ciudad, la optimización de los recursos y a ser posible, un retorno de la inversión a corto o medio plazo.