

El gran negocio de hablar en español

- (1) Una de las grandes obras emprendidas para tomar la temperatura del español en el mundo acaba de culminar. Han sido 14 tomos los que la conforman bajo el título *Valor Económico del Español*. En el último tomo, a modo de conclusión con los anteriores, se comprueba la rentabilidad y expansión multiplicadora de un idioma común. “El flujo comercial entre los países hispanohablantes aumenta cuatro veces con respecto a otros y siete en el caso de las inversiones directas”, comenta José Luis García Delgado, catedrático de Economía Aplicada de la Complutense, e impulsor de la investigación.
- (2) Ha sido un trabajo coordinado por él y otros dos expertos economistas, José Antonio Alonso y Juan Carlos Jiménez. Cuando comenzó, en 2005, creyeron que daba para un tomo. “Estábamos equivocados, teníamos ante nosotros una mina por analizar”, asegura García Delgado. Al final, ha contado con la colaboración de 40 investigadores, que han desmenuzado cada aspecto relacionado hasta convertir la investigación en un trabajo de referencia global. Con sus alegrías y sus amarguras. “Se aprecia mucho más fuera de España que dentro”, afirma el coordinador de los trabajos.
- (3) Entre los datos más significativos de la última entrega destaca la de los intercambios entre países hispanohablantes. Pero también otras diferencias cualitativas que afectan a salarios: “Un inmigrante iberoamericano puede llegar a ganar en España un 30% más que otro proveniente de diferente zona”, agrega García Delgado. La lengua ha multiplicado por tres el factor de atracción para quienes deciden buscar trabajo en España, un fenómeno que ha quedado de manifiesto, sobre todo, entre 1995 y 2005, cuando se produjo el mayor trasvase de personas desde el otro lado del Atlántico. Otros factores, como el educativo, también resultan determinantes en el ámbito europeo: España es el primer país de destino para los universitarios con beca Erasmus de los 32 países que integran el programa, con un 17% del total.



(4) Pero quedan retos. Junto a la comunicación científica está la necesidad de aumentar las cualidades del idioma en países como Estados Unidos. “En las grandes ciudades domina y está continuamente presente a pie de calle, pero no es un idioma que se hable por igual en
40 los despachos de las empresas”, asegura García Delgado. Esta preocupación, dotar al español de un estatus cualitativo equivalente al cuantitativo, estuvo en el ánimo del Instituto Cervantes para abrir el Observatorio del Español en la Universidad de Harvard.

(5) Se constata que el peso del número de los hispanohablantes no se
45 correspondía con la influencia en las altas esferas. “Actualmente son 50 millones de habitantes los que hablan castellano en Estados Unidos. Más que en España. 18 ese aumento demográfico se va a frenar, lo mismo que en esta etapa parece que puede ocurrir con el flujo migratorio, y por eso resulta fundamental consolidarlo”, comenta García Delgado.

50 (6) Los elementos de medición que han permitido al estudio verificar la fuerza e influencia del idioma han sido determinantes. “Para calcular los factores que llevan a cabo la decisión de invertir en una zona u otra, se manejan elementos como la distancia, los precios, la competitividad. Al preguntar por el idioma, los indicadores aumentaban de manera
55 determinante. A la hora de invertir, un elemento como la lengua común puede aumentar las posibilidades siete veces más. No solo en las grandes empresas, preparadas para introducirse en cualquier tipo de mercado. Sobre todo en las medianas”, añade.

adaptado de: El País, 11-02-2017