y fuera de nuestras fronteras. Entre ellas cabe citar, por su trascendencia y actualidad, dos actividades: el Festival de Teatro Escolar en Español, cuya decimotercera edición se ha desarrollado en Valladolid del 19 al 26 de abril de 2006, así como la próxima conferencia anual de la American Association of Teachers of Spanish and Portuguese (AATSP), celebrada en Salamanca del 28 de junio al 2 de julio para profundizar en diversos objetivos y programas del protocolo de colaboración entre nuestra Comunidad y la AATSP, firmado el 31 de julio de 2005 en la ciudad de Nueva York. El citado protocolo, entre otros objetivos, impulsa los intercambios entre profesores de español de dicha asociación y de las universidades de Castilla y León, así como entre alumnos de secundaria, al tiempo que considera la constitución en una universidad estadounidense de un Instituto para el Estudio y la Enseñanza del Español y de las Culturas Hispánicas.

Con todo, a la calidad de su oferta académica Castilla y León, cuna del castellano, une la riqueza de su patrimonio natural y cultural, que la convierte en un destino especialmente atractivo para quienes desean aprender nuestra lengua. Por ello la Junta de Castilla y León aprobó en el mes de junio de este año el Plan del Español para Extranjeros, que en su periodo de vigencia hasta 2009 prevé inversiones superiores a los 35 millones de euros. Partiendo de una visión global de esta materia, el plan establece siete ejes estratégicos con la pretensión de que, a la postre, Castilla y León sea identificada y reconocida como el territorio mundial del español para extranjeros. ■

Francisco Javier Álvarez Guisasola es consejero de Educación de la Junta de Castilla y León.

EL PAPEL DE LAS ADMINISTRACIONES REGIONALES EN LA PROMOCIÓN DEL ESPAÑOL. EL CASO DE CASTILLA Y LEÓN

Luis Cubría Falla

Los actores institucionales

Las tres instituciones públicas que más han invertido en el desarrollo del sector del español para extranjeros en los últimos años son el Instituto Cervantes, Turespaña y el ICEX.

Existen cuatro niveles posibles de actuación en el sector público (véase el gráfico 1). En el primer nivel, el conjunto de la comunidad hispana, huérfana de representantes hasta que se ha constituido la Secretaría General de Estados Iberoamericanos, y por ahora sin protagonismo en la promoción del idioma común. En un segundo nivel, las instituciones nacionales, representadas por las tres entidades mencionadas. En otro nivel, las regiones o Comunidades Autónomas, y por último las instituciones locales o municipales.

Es llamativo comprobar que las tres instituciones protagonistas del sector son de carácter nacional. Existe una baja presencia de actividad regional y muy escasa de proyectos municipales, y en casi todos los casos asociada a los programas de promoción del ICEX.

Gráfico 1. Ámbitos de actuación institucional



Nuevos actores, la Administración regional

Sin embargo, las administraciones regionales pueden desempeñar un importante papel en el sector. De hecho, el comienzo del siglo XXI ha visto aparecer y reforzar varias iniciativas protagonizadas por Comunidades Autónomas.

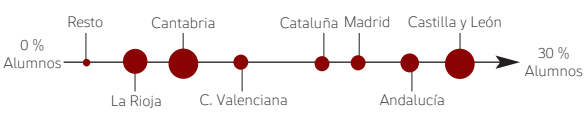


Castillo de Ponferrada. © SOTUR (Sociedad de Promoción del Turismo de Castilla y León).

Existen varias razones para ese impulso. Por un lado, la responsabilidad competencial en el desarrollo turístico de cada región, que obliga a las administraciones a gestionar el segmento de los estudiantes extranjeros, y, por otro, la competencia existente entre destinos, el primer elemento de decisión de los visitantes.

La participación de las regiones en el desarrollo del sector debe observarse con la mayor satisfacción. Hay quien puede alegar que se produce un esfuerzo por duplicado y superpuesto, que genera un menor beneficio global. Sin embargo, la experiencia nos dice que la acción de promoción de distintos competidores genera un beneficio conjunto para el sector, al identificar un lugar concreto (en este caso España) como destino prioritario para los compradores. No hay que olvidar que España compite con otros destinos potenciales, como México o Argentina, con gran éxito por cierto, y el esfuerzo de las Comunidades Autónomas no puede sino reforzar esa posición.

Gráfico 2. Cuota de alumnos y esfuerzo inversor



Fuente: Elaborado por Pricewaterhouse Coopers. El tamaño representa el esfuerzo inversor.

Tabla 1
Enfoque de la actuación de algunas regiones

	Ámbito		
Enfoque	**Turismo**	**Formación**	**Investigación**
Institucional	Castilla y León	Cantabria Castilla y León	La Rioja Castilla y León
Empresarial	Castilla y León Otras	Castilla y León Otras	Castilla y León

Así que los gobiernos de las Comunidades Autónomas están iniciando proyectos que en el futuro superarán el impacto de la acción nacional. Los proyectos más destacados (véase el gráfico 2) son los de Castilla y León, con el único Plan global para el sector, La Rioja y Cantabria. Existen otras regiones, como Madrid y Andalucía, que, siendo relevantes, no han presentado un programa de actuaciones para potenciar el sector, pero que sí están apoyando acciones de promoción.

Enfoques de actuación regional

De hecho, existen distintos enfoques posibles en la actuación de las regiones (véase la tabla 1). Así, algunas regiones se centran en crear instituciones de formación con soporte público (Instituto Comillas, en Cantabria), o bien destinadas a la investigación y protección del idioma (Fundación San Millán, en La Rioja).

Otras regiones están apoyando a las empresas de formación privada (o universidades públicas en actuaciones no regladas), con el objetivo fundamental de atraer a más estudiantes. Y en el caso de Castilla y León se está tratando de mantener el liderazgo en todos los frentes, equilibrando la actuación de las administraciones y de las empresas.

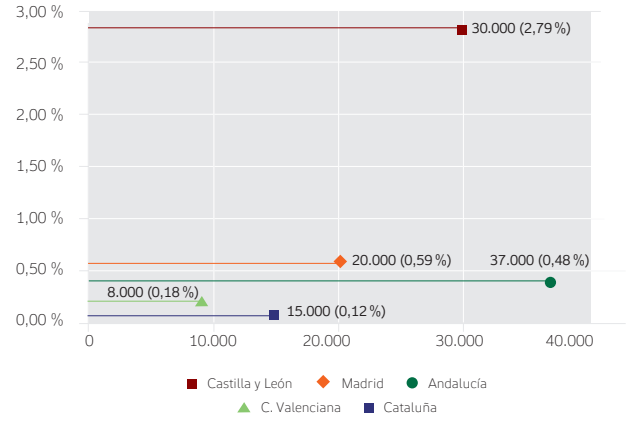
El Plan de Castilla y León

En este contexto, el Plan para el sector de Castilla y León aparece como el único de carácter integral. Este plan, realizado por la Consejería de Cultura y Turismo y la Fundación Siglo, fue aprobado en julio de 2005.



Fotografía de Turégano. © SOTUR (Sociedad de Promoción del Turismo de Castilla y León).

Gráfico 3. Porcentaje y número de estudiantes extranjeros entre turistas extranjeros por región



Fuente: *Turespaña*, 2001, *Boletín de Turismo de Castilla y León*, 2004 y *Frontur*, 2004.

Es lógico que Castilla y León haya realizado un esfuerzo especial; no en vano es la región para la cual el número de estudiantes extranjeros se traduce en un porcentaje mayor de visitantes foráneos y en la que, a su vez, gran parte del turismo extranjero es turismo idiomático (véase el gráfico 3).

Y, por supuesto, es la comunidad en la que se encuentra Salamanca, el principal destino de los estudiantes extranjeros no residentes, así como la región que ostenta el nombre del idioma que nos une.

El Plan de Castilla y León se divide en 7 vectores estratégicos (véase la tabla 2), que cubren todos los posibles ámbitos de actuación a través de 37 acciones. Su objetivo es ambicioso: duplicar el número de alumnos en el plazo de cinco años.

Es importante resaltar el compromiso que la Junta de Castilla y León demuestra con el proyecto; el plan ha sido aprobado como un acuerdo del Consejo de Gobierno y dotado con un soporte presupuestario sustancial. También se le ha provisto de soporte organizativo y de herramientas de coordinación entre las distintas áreas implicadas.

Tabla 2
Los siete vectores estratégicos del Plan de Castilla y León

1. Mejora de la oferta.
2. Apoyo y vertebración del territorio.
3. Fortalecimiento de la innovación.
4. Promoción y fomento de la demanda.
5. Explotación del patrimonio cultural.
6. Desarrollo empresarial.
7. Cohesión y coordinación.

En conclusión, las regiones se incorporan con fuerza al desarrollo del sector, y ya existe en España un plan global de desarrollo, que paradójicamente no es nacional sino regional: el Plan de Castilla y León. ■

Luis Cubría Falla es *senior manager* en PricewaterhouseCoopers.