

Segundo.— Ganaderos no pertenecientes a los municipios expresados anteriormente, solicitan por mediación del Presidente de la Agrupación su inclusión como nuevos socios de la misma.

FUNDAMENTOS DE DERECHO:

Primero.— Es competente para dictar la presente Resolución el Director General de Producción Agropecuaria en virtud de lo dispuesto en el punto 2 c) del artículo 7 del Decreto 75/2003, de 17 de julio, por el que se establece la Estructura Orgánica de la Consejería de Agricultura y Ganadería («B.O.C. y L.» n.º 138 de 18 de julio), en relación con lo preceptuado en el artículo 145.2 del Decreto 266/1998, de 17 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento General de Sanidad Animal («B.O.C. y L.» n.º 243 de 21 de diciembre), así como en la Disposición Final Primera de la Orden de 3 de julio de 1997 de la Consejería de Agricultura y Ganadería, por la que se regula la constitución y concesión del título de Agrupación de Defensa Sanitaria en ganado porcino y se establece el régimen de ayudas aplicables a las mismas («B.O.C. y L.» n.º 134 de 15 de julio).

Segundo.— Teniendo en cuenta que en el presente caso, y a la vista de la documentación aportada, se cumplen por parte de los ganaderos solicitantes los requisitos exigidos en la citada Orden.

El Director General de Producción Agropecuaria,

RESUELVE:

Incluir en la Agrupación de Defensa Sanitaria de ganado porcino denominada «SAN ESTEBAN III» el municipio de San Justo, entendiéndose en este sentido modificada la Resolución de la Dirección General de Agricultura y Ganadería de 2 de julio de 1998.

Valladolid, 22 de junio de 2005.

*El Director General
de Producción Agropecuaria,*

Fdo.: BAUDILIO FERNÁNDEZ-MARDOMINGO BARRIUSO

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

ORDEN FAM/880/2005, 24 de junio, por la que se acreditan Centros y Servicios de Atención a Toxicómanos.

Mediante Decreto 78/2003, de 17 de julio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades, corresponde a dicha Consejera promover, proyectar, dirigir, coordinar, ejecutar e inspeccionar la política de atención a drogodependientes en la Comunidad y en concreto, a través del Comisionado Regional para la Droga la acreditación de los centros de atención a drogodependientes.

En aplicación a lo dispuesto en la Orden 30 de mayo de 1988, de la extinta Consejería de Cultura y Bienestar Social de la Junta de Castilla y León, por la que se regula la acreditación de Centros y Servicios de Atención a Toxicómanos, y previa solicitud de la Entidad e informe de la Comisionada Regional para la Droga,

DISPONGO:

Acreditar por un período de 3 años como Centros de Atención a Toxicómanos, los que a continuación se relacionan:

Entidad: ASOCIACIÓN ALDAMA

N.º de Orden: 4. 2.004

Centro o servicio: COMUNIDAD TERAPÉUTICA PARA DEPENDIENTES DE ALCOHOL. C/ del Pozo n.º 2 y 4. Baquerín de Campos (PALENCIA)

Entidad: CÁRITAS DIOCESANA

N.º de Orden: 9. 2. 011

Centro o Servicio: CENTRO DE REHABILITACIÓN DE ALCOHÓLICOS «SAN ROMÁN». Finca El Chafaril (ZAMORA).

Entidad: CÁRITAS DIOCESANA

N.º de Orden: 9. 2. 005

Centro o Servicio: COMUNIDAD TERAPÉUTICA. Camino Viejo de Villaralbo (ZAMORA).

Contra la presente Orden, que pone fin a la vía administrativa, se podrá interponer recurso potestativo de reposición ante la Consejera de Familia e Igualdad de Oportunidades en el plazo de un mes o recurso contencioso-administrativo en el plazo de dos meses ante la Sala del mismo nombre del Tribunal Superior de Justicia de Castilla y León, ambos plazos se contarán a partir del día siguiente a la publicación de la presente Orden.

Valladolid, 24 de junio de 2005.

*La Consejera de Familia
e Igualdad de Oportunidades,
Fdo.: ROSA VALDEÓN SANTIAGO*

CONSEJERO DE CULTURA Y TURISMO

ACUERDO 78/2005, de 30 de junio, de la Junta de Castilla y León, por el que se aprueba el Plan del Español para Extranjeros de Castilla y León 2005-2009.

El sector del «Español para Extranjeros» se ha convertido en los últimos años en un verdadero sector económico con implicaciones que van más allá de la promoción de la cultura española.

Su importancia para la Comunidad de Castilla y León es doble: por un lado como generador de rentas para los múltiples participantes en el servicio. Por otro lado, como elemento de diferenciación de la Comunidad frente a otros territorios, especialmente en el ámbito internacional.

Dado que el impacto de la enseñanza del idioma castellano a extranjeros se puede enfocar de manera regional de forma simultánea a las políticas nacionales, responsabilidad de los ministerios de Cultura, Comercio, Industria y Turismo y Asuntos Exteriores, la Junta de Castilla y León considera que es necesario disponer de un Plan que defina un objetivo común para los participantes del sector, así como una serie de políticas y acciones. Este Plan continúa las acciones ya iniciadas por la Administración Regional, fundamentalmente en el campo de la promoción.

El objetivo final es consolidar la situación de prestigio y liderazgo de la Comunidad y sus entidades dentro del sector, teniendo en cuenta las necesidades de todos los agentes provinciales, y con un especial refuerzo de la oferta de Salamanca, el destino de más prestigio para el aprendizaje del español en el contexto mundial.

El plan está diseñado además para impulsar la maduración del sector que va a vivir cambios significativos en los próximos años. La Junta de Castilla y León no quiere asistir como mero espectador ante ese fenómeno, sino que desea intervenir para lograr los mayores beneficios para la región.

El plan no deja ningún espacio del negocio sin abordar. Castilla y León debe ser el mejor espacio en formación, investigación, turismo idiomático y tecnología.

El plan no quiere la exclusividad del idioma español, ni discutir acerca de la calidad del mismo, pero sí reforzar la identidad del castellano con Castilla y León y la posición de la Comunidad como centro neurálgico de su actividad.

El Plan que se aprueba mediante este Acuerdo ha sido difundido durante su proceso de elaboración entre múltiples entidades relacionadas con el sector, incluyendo una jornada de presentación con todos los centros más relevantes de Castilla y León, así como con la Asociación más representativa, en la que se realizaron propuestas de modificación que se han tenido en cuenta al redactar el Plan.

En su virtud, la Junta de Castilla y León, a propuesta de la Consejera de Cultura y Turismo, previo informe de la Comisión Delegada para Asuntos Económicos, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 30 de junio de 2005, adopta el siguiente

ACUERDO:

Primero.— Aprobar el Plan del Español para Extranjeros de Castilla y León para el período 2005-2009, cuyo texto se inserta como Anexo del presente acuerdo.

Segundo.— El Plan del Español para Extranjeros de Castilla y León tiene como objetivos básicos el reforzar el liderazgo de las instituciones y entidades de Castilla y León en el sector del Español para Extranjeros, no solo en el ámbito docente, sino en todos los que puedan estar vinculados, como el de los servicios anexos, el editorial y el tecnológico.

Tercero.— La inversión global prevista para el desarrollo del Plan se estima en 35.320.755 euros, distribuidos a lo largo de 5 años de vigencia.

Este importe será financiado, en función de las disponibilidades presupuestarias, mediante las correspondientes consignaciones de los Presupuestos Generales de la Comunidad, y la colaboración financiera de personas físicas y jurídico-privadas, así como de las entidades públicas con competencia en las actuaciones programadas.

Cuarto.— Se faculta a la Consejera de Cultura y Turismo para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y ejecución de lo dispuesto en el presente acuerdo,

Valladolid, 30 de junio de 2005.

*El Presidente de la Junta
de Castilla y León,*

Fdo.: JUAN VICENTE HERRERA CAMPO

*La Consejera
de Cultura y Turismo,*

Fdo.: SILVIA CLEMENTE MUNICIO

ANEXO

**PLAN DEL ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS
DE CASTILLA Y LEÓN 2005-2009**

I.— Ámbito de actuación.

Este Plan se refiere a la actividad de enseñanza no reglada del idioma español a extranjeros en el territorio de Castilla y León y a todas aquellas actividades vinculadas con esa área. Esta actividad, que en el ámbito nacional se conoce como Turismo Idiomático, tiene al mismo tiempo componentes de Promoción Cultural, Formación y Turismo.

El Plan también se refiere a la colaboración de las instituciones de la Comunidad Autónoma en las actuaciones que son competencia de entidades nacionales, como son las acciones del Instituto Cervantes, Turespaña y el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

El Plan contempla asimismo actuaciones en colaboración con entidades Municipales.

II.— Objetivos Generales del Plan.

El objetivo básico del Plan es convertir a Castilla y León en el destino líder mundial para el aprendizaje del español.

El Plan también pretende que la Comunidad sea líder en todas las actividades vinculadas con el sector, tales como la gestión del alojamiento de los alumnos, la provisión de actividades de ocio, la creación de contenidos editoriales, el desarrollo de tecnologías.

Estos objetivos se han concretado en una visión, «*Castilla y León, con un alto reconocimiento por parte de los estudiantes en todo el mundo, se convierte en el destino líder en el sector del español para extranjeros, con la base empresarial y académica más fuerte y con el mayor nivel de desarrollo de las tecnologías del lenguaje español*».

Para lograrlo, la Comunidad:

- Se posicionará como el centro principal de aprendizaje del español.
- Dispondrá de la oferta académica de más calidad.
- Generará servicios que logren una experiencia satisfactoria para los clientes.
- Vinculará sus recursos culturales con el proceso de aprendizaje del español.
- Aprovechará sus recursos turísticos vinculándolos con el aprendizaje del español.

- Apoyará en sus acciones a todo el territorio, aunque se reforzará la oferta de la ciudad de Salamanca.
- Logrará maximizar el uso de las nuevas tecnologías, y generará un negocio de explotación de las mismas.
- Logrará disponer de los centros universitarios y empresas más fuertes del sector.
- Generará medios de participación para todos los agentes y la sociedad castellana y leonesa, con criterios de cohesión y eficiencia.

III.— Vectores estratégicos del Plan

El Plan se ordena en 7 vectores estratégicos:

- 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.

IV.— Líneas estratégicas del Plan.

Cada uno de los 7 vectores estratégicos se articula en líneas estratégicas, y se han establecido acciones para su desarrollo.

1.— Mejora de la Oferta.**A) Líneas estratégicas**

1.1. Castilla y León dispondrá del conjunto de centros con el nivel académico más alto del sector, tanto públicos como privados.

La Comunidad de Castilla y León tiene que sustentar su reconocimiento de marca en una calidad docente por encima de la media, y en cualquier caso, con una garantía mínima de calidad, incluyendo políticas que desarrollen la oferta cultural y actividades complementarias de ocio.

Estos centros serán tanto públicos como privados.

1.2. Potenciar la acreditación del Instituto Cervantes.

Se propone un acuerdo entre el Instituto Cervantes y la Junta de Castilla y León que pueda contemplar aspectos específicos referidos a las academias de enseñanza de español como lengua extranjera de Castilla y León acogidas al plan.

En dicho acuerdo se incluiría la posibilidad de crear una entidad auditora de Castilla y León que se limitaría a la certificación de aspectos como calidad de los alojamientos y otros servicios, procedimientos de reclamaciones, normas laborales, normativa de seguridad, quedando la parte académica en manos del mecanismo que se diseñe con el Instituto Cervantes.

1.3. Se promoverá la realización de materiales de enseñanza y lingüística de prestigio en el sector.

El principal elemento de reconocimiento académico es la presencia de la Universidad de Salamanca en los exámenes del Diploma Español como Lengua Extranjera (DELE).

Es necesario que Castilla y León sea un centro de producción de prestigio mundial de materiales para la enseñanza del español. A modo de ejemplo, se promoverá la realización de material para estudiantes y herramientas especializadas para profesores, por sectores y por nacionalidades.

1.4. Se consolidará la Universidad de Salamanca como el epicentro mundial del sector.

El centro universitario con más reconocimiento en el sector es la Universidad de Salamanca.

Se reforzará esa posición, independientemente del apoyo a otros centros. Para evitar un trato discriminatorio, existirá un sistema abierto de ayudas, en el que cada Universidad presenta sus planes y se colaborará con las mismas en función de esos programas.

1.5. Ejecución de programas de calidad total, de enfoque local, que generen una excelente experiencia para los estudiantes.

Los servicios complementarios a la oferta académica son tan importantes como ésta. Por eso, se debe crear un programa de mejora continua, de enfoque municipal, en el que el organismo coordinador del programa de «Español para Extranjeros» ofrezca herramientas de trabajo a un Comité Local, formado por el Ayuntamiento, Empresas del Sector, Universidades, Hosteleros, Cámaras de Comercio y Diputaciones.

Entre otros, los programas de calidad total locales dispondrán de estos componentes:

- Sello de calidad para los alojamientos que reúnan unos requisitos de habitabilidad, y servicios específicos para estudiantes extranjeros.
- Coordinación con los ayuntamientos para el programa de actividades paralelas e información sobre la propia ciudad.
- Sello de «establecimiento amigo» con los estudiantes extranjeros en locales de hostelería y servicios de ocio y transporte para alumnos, siempre que reúnan unos requisitos de información y garantías al consumidor.
- Creación de las «oficinas del estudiante extranjero» de carácter municipal para ofrecer servicios especializados.

El objetivo final de estos planes será desarrollar una oferta dirigida a crear experiencias satisfactorias en los clientes, superando el concepto tradicional de recurso o producto turístico.

B) Acciones:

- 1.- Plan de Formación de Profesores.
- 2.- Promoción de la extensión de la acreditación del Instituto Cervantes en Castilla y León.
- 3.- Creación de una entidad auditora de Castilla y León.
- 4.- Plan de edición y promoción de materiales didácticos y de investigación sobre el español para extranjeros en Castilla y León.
- 5.- Planes específicos para las Universidades.
- 6.- Planes específicos para Centros de enseñanza de Castilla y León.
- 7.- Planes Piloto de calidad Total Municipal.
- 8.- Plan de desarrollo de la oferta especializada.

2.- Apoyo al turismo y vertebración territorial.

A) Líneas estratégicas.

2.1. Romper la estacionalidad.

Una de las ventajas de este sector como segmento del turismo es su menor estacionalidad. Sin embargo, ésta sigue siendo relativamente alta. Por ese motivo se apoyarán los programas de estudios de invierno, que generalmente son de mayor duración y con mayor contenido académico, y en donde las regiones del sur o del Mediterráneo no tienen tanta ventaja comparativa.

El apoyo puede venir directamente mediante becas, con la ayuda a los centros para lograr acreditaciones de otros centros en el extranjero, que garanticen créditos para los estudiantes, y con la creación de nuevas fórmulas en la oferta.

2.2. Apoyar a otras fórmulas emergentes del turismo, como el turismo rural o cultural.

La estrategia del turismo en Castilla y León está vinculada al desarrollo de productos relacionados con sus recursos culturales y naturales.

Se promocionará la creación de programas de enseñanza de español asociados a esas otras fórmulas de turismo, como el turismo rural o cultural, y también vinculadas a las nuevas inversiones en transporte que ha realizado la Junta (conexiones aéreas de líneas de bajo coste).

2.3. Apoyar al sector de la hostelería.

Los servicios de restauración y alojamiento de Castilla y León están fundamentalmente dirigidos al turismo interior. Se analizará la posibilidad de apoyar propuestas de este colectivo para el desarrollo del sector del «Español para Extranjeros».

2.4. Aumentar la capilaridad de la oferta de toda la Comunidad Autónoma, con una presencia en el sector de todas las provincias.

El sector está actualmente concentrado en Salamanca. La oferta de Salamanca ha de ser reforzada, ya que es el principal atractivo de la Comunidad, pero al mismo tiempo se han de realizar acciones en nuevos destinos.

Al igual que en el sector empresarial, las acciones están en función del estado de madurez del negocio en cada población. Así, las poblaciones con menos experiencia dispondrán de medios para dar a conocer su oferta y captar nuevos alumnos, mientras que las poblaciones con más experiencia en el negocio realizarán programas de fidelización y de profundización en la oferta para competir con los otros destinos mundiales del negocio.

B) Acciones.

- 1.- Plan de desarrollo de oferta idiomática vinculada a otros productos turísticos.
- 2.- Plan de becas de invierno.

3.- Plan de integración de la hostelería en el Plan de Calidad Total.

4.- Plan de contacto de Turismo con el sector del «Español para Extranjeros».

3.- Fortalecer la innovación.

A) Líneas estratégicas.

3.1. Apoyo a los centros en la utilización de nuevas tecnologías en los ámbitos de:

- Gestión
Proponiendo, subvencionando y formando a los centros en la utilización de herramientas informáticas para la gestión y la relación con los clientes, de forma que éstos perciban un alto grado de profesionalidad en el sector.

- Promoción y comercialización

Internet se está convirtiendo en el principal canal de comercialización de productos turísticos, y en cualquier caso también lo es para la relación con los agentes de ventas.

Se ayudará a los centros a la mejora y actualización de sus páginas Web, a realizar promoción a través de portales y de campañas «uno a uno», y al uso de sistemas electrónicos de reservas y cobro, y de relación con el canal.

- Enseñanza

Los sistemas de enseñanza a través de Internet se están implantando en todo el mundo, sobre todo como complemento a sistemas presenciales, o en cualquier caso con asistencia remota de un profesor.

La infraestructura de centros de enseñanza en Castilla y León constituye una gran fortaleza para crear programas de enseñanza electrónica, ya que existe una base de alumnos muy amplia, tanto para utilizar en destino como en origen, como herramienta de fidelización.

3.2. Crear un portal Web que refleje la oferta del sector y los recursos del Español para Extranjeros en Castilla y León.

Muy vinculado con la estrategia de promoción, la existencia de un portal que agrupe los recursos del sector es un elemento diferencial, y la Comunidad de Castilla y León sería la primera en disponer de ese medio.

El portal presentaría la oferta pero también sería una herramienta de gestión para los centros más pequeños, que pudieran suscribirse a un sistema de reservas y cobro a través de Internet.

En todo caso, el enfoque de este portal ha de ser sencillo, dirigido principalmente a ofrecer información y a facilitar la contratación.

3.3. Desarrollar un negocio de tecnologías del español que beneficie tanto al negocio de la enseñanza del español como a las empresas de tecnología de Castilla y León.

El segundo aspecto de la innovación es el de las tecnologías como un negocio en sí mismo. El valor de este campo es tanto económico como de imagen, ya que contribuye de nuevo a reforzar el papel de Castilla y León como centro del lenguaje español.

La estrategia en este área (que es un sector en sí mismo) pasa por:

- Revisar los recursos actualmente existentes.
- Conocer las áreas posibles de desarrollo.
- Analizar los segmentos existentes en el sector y el posicionamiento de Castilla y León.
- Identificar las posibilidades de financiación nacional y europea.
- Establecer un programa de actuación específico.
- Analizar la viabilidad de un parque tecnológico del lenguaje español.

B) Acciones.

1.- Creación de una Red de Cibercentros en Castilla y León a través del Programa Inici@te.

2.- Mejora tecnológica a través del Programa de Banda Ancha que llevará la misma a todos los municipios y permitirá que los Centros puedan ofertar el estudio del Español on line en cualquier parte del territorio.

3.- Portal Web de promoción «Español para Extranjeros en Castilla y León».

4.- Proyectos piloto de desarrollo de tecnología del lenguaje.

5.- Convocatoria de una modalidad en los Premios Internet dirigida a aquellos Centros que mejor hayan incorporado las nuevas tecnologías a su actividad.

6.- Realizar un enlace al Instituto Cervantes en la Web Corporativa Jcyl.es.

4.- Promoción y fomento de la demanda.

A) Líneas estratégicas.

4.1. Se logrará que Castilla y León sea líder en cuota de mercado en la enseñanza de español.

El liderazgo es un objetivo en si mismo para Castilla y León:

- Para todos los segmentos de mercado excepto el residente (también se deben preparar planes para éste).
- Para todas las nacionalidades de origen.
- Con toda la oferta, pública y privada.
- Con un objetivo intermedio: que todos los estudiantes de español pasen al menos una vez por Castilla y León.

4.2. Se logrará un posicionamiento de Castilla y León en el extranjero como destino líder en el Español para Extranjeros.

La Junta de Castilla y León realizará la promoción de la marca «Castilla y León», asociada a una marca o eslogan específico para el sector del «Español para Extranjeros».

El posicionamiento que se comunicará será el de «Castilla y León, territorio mundial del Español para Extranjeros», con el eslogan que se considere más adecuado.

Se utilizarán todos los medios disponibles para comunicar ese posicionamiento, siempre que estén vinculados a medios sobre el idioma español o la búsqueda de cursos de español y turismo cultural:

- Los convencionales:
 - Publicidad en Internet.
 - Publicidad en medios físicos especializados.
 - Participación en ferias en el extranjero y promociones inversas.
- Y otros:
 - Patrocinio de asociaciones de prescriptores (profesores de español).
 - Introducción de Castilla y León en materiales de enseñanza del español.
 - Colaboración con organizaciones y asociaciones de profesores para la enseñanza del español.

4.3. Se apoyará la promoción de los centros en función de sus necesidades, incluso individualmente.

La promoción es la actividad en la que los centros necesitan más apoyo.

La Comunidad de Castilla y León intervendrá en la promoción de los centros:

- En misiones o acciones agrupadas, con un mayor porcentaje de subvención de la acción.
- En acciones individuales, siempre que el destino promovido sea Castilla y León.

4.4. Apoyo a la demanda primaria: niños y profesores.

La demanda primaria del español por parte de niños y adolescentes es muy importante.

Se deben desarrollar programas de promoción específicos para ese segmento de estudiantes, vinculados también a una oferta específica en Castilla y León:

- Con acciones de difusión en los centros a través de profesores de español.
- Desarrollando un programa de fidelización que vincule a los profesores de español a Castilla y León.
- Buscando la colaboración de Asociaciones de Profesores de Español en todo el mundo para promover el programa de difusión y de fidelización.
- Trabajando con editoriales para que Castilla y León sea conocida a través de los materiales de estudio.

4.5. Aprovechamiento de los recursos nacionales del ICEX, Turespaña e Instituto Cervantes.

Se realizaran acciones conjuntas con las distintas instituciones nacionales responsables de la promoción de España en el exterior:

- ICEX.
- Instituto Cervantes.
- Turespaña.

B) Acciones.

1.- Desarrollar una imagen de marca «Castilla y León» dedicada al «Español para Extranjeros».

2.- Plan de medios para la marca «Castilla y León» en el ámbito generalista del «Español para Extranjeros».

3.- Plan de introducción de la marca para profesores.

4.- Plan de difusión de la marca para niños y jóvenes.

5.- Plan anual de ayuda a la promoción de los centros.

6.- Plan de promoción en asociación con el Instituto Cervantes.

7.- Plan de promoción en asociación con el ICEX.

8.- Plan de promoción en asociación con Turespaña.

5.- Explotaciones del Patrimonio Cultural.

A) Líneas estratégicas.

5.1. Identificar el patrimonio cultural de Castilla y León con el sector del Español para Extranjeros en su conjunto.

Se ha de lograr que cada vez que un visitante extranjero tenga un contacto con Castilla y León, no solo en visitas de turismo cultural, sino también con cualquier otro motivo, se presente el mensaje de promoción de Castilla y León como destino del Español para extranjeros.

Los medios disponibles pueden ser, a modo de ejemplo:

- El portal Web de la Junta de Castilla y León.
- Los centros de transporte de la Comunidad - aeropuertos, estaciones, carreteras, etc.-.
- Los lugares de alojamiento y ocio de los extranjeros - hoteles, paraadores, restaurantes de prestigio...-.
- Las oficinas de Castilla y León en el extranjero.
- Productos editoriales realizados en Castilla y León y vinculados con la cultura.
- Los patrocinadores, en sus comunicados.

En último término, se trata de convertir al español en Castilla y León en un activo cultural más, y para eso es necesario expresarlo.

5.2. Asociar el sector del «Español para Extranjeros» en Castilla y León con los activos culturales de Castilla y León: «Español para Extranjeros + Turismo Cultural».

De forma inversa al punto anterior, es necesario que los estudiantes de español que buscan un destino reconozcan a Castilla y León como un destino cultural relevante por algo en concreto.

B) Acciones.

1.- Campaña para la difusión masiva de la marca «Castilla y León» como destino del español, en todos los ámbitos de comunicación culturales y turísticos de Castilla y León.

2.- Plan de Difusión de la vinculación de Castilla y León con el idioma castellano.

3.- Estudio de imagen para conocer el posicionamiento ideal de Castilla y León como destino cultural.

4.- Plan de Desarrollo del Instituto de la Lengua Castellano y Leonesa.

5.- Diseñar un Plan de Obtención de Recursos financieros de la Administración Central de España y de la Unión Europea.

6.- Desarrollo empresarial.

A) Líneas estratégicas.

6.1. Se reforzará a los centros de enseñanza en función de su situación en el negocio (nuevos, en crecimiento, en declive).

Se creará un conjunto de medidas de apoyo diferente en función de la situación de la empresa.

De forma orientativa:

- Nuevas empresas: Programa de creación de empresas.
- Empresas en crecimiento: Programa de consolidación.
- Empresas en desarrollo: Programas de diversificación.
- Empresas en declive: Programas de reconversión.

6.2. Lograr obtener rentas del negocio allá donde se realice.

El objetivo principal de este proyecto es atraer estudiantes y negocio a Castilla y León. Sin embargo, existe una gran parte del negocio que se desarrolla en otros territorios, y es interesante buscar fórmulas para obtener beneficios de esa actividad.

6.3. Lograr desarrollar una oferta especializada cuando así lo requiera el mercado.

La oferta actual de los centros está escasamente diferenciada. Sin embargo, es previsible una mayor búsqueda de especialización por parte de los clientes, por lo que se promoverán planes de especialización.

6.4. Desarrollar el resto de negocios que rodean al «Español para Extranjeros» (Alojamiento, Editorial, Ocio y Hostelería, Transporte).

El logro de una oferta diferente, con una experiencia en Castilla y León de alto nivel, sólo se puede lograr con empresas especializadas en servicios al cliente extranjero.

En general, se debe lograr implicar a grupos actualmente activos en esos sectores en el desarrollo del negocio del «Español para Extranjeros» en Castilla y León, haciéndoles participar en el programa de mejora continua y ofreciéndoles las herramientas de desarrollo empresarial de los centros.

B) Acciones.

1.- Estudio pormenorizado de la situación empresarial del sector con ratios de facturación, empleo y capacidad de la inversión del sector.

2.- Plan de creación de industrias asociadas -alojamiento, ocio transporte.

3.- Plan de formación empresarial para el sector.

7.- *Cohesión y Coordinación.*

A) Líneas estratégicas.

7.1. Se creará coordinación entre los centros públicos y privados para realizar una oferta especializada, al menos a largo plazo.

La competitividad de la Comunidad de Castilla y León sería mayor si todos los esfuerzos de diseño de oferta y acceso al mercado trabajaran en la misma dirección.

Por eso, a largo plazo, se promoverá una mayor colaboración entre los centros públicos y privados para generar una oferta adaptada a los clientes.

7.2. Se logrará que las Universidades ofrezcan una imagen de conjunto.

Para fortalecer la imagen de Castilla y León como capital del español, las Universidades tratarán de transmitir un mensaje conjunto al mercado, como hacen los centros privados.

7.3. Se aumentará la representatividad de los centros privados y se garantizarán canales para su participación en la gestión del Plan.

Además de lograr la participación de la Asociación de centros privados de Castilla y León en el desarrollo del Plan, se establecerán canales de comunicación y vías de trabajo con la Administración que sirvan para todos los centros que acrediten los requisitos de calidad establecidos.

B) Acciones.

1.- Establecer una entidad responsable de coordinar a los distintos agentes vinculados con el «Español para Extranjeros».

2.- Crear un observatorio del sector.

3.- Crear canales de comunicación para todos los agentes implicados.

V.- Inversión prevista en el Plan.

La distribución preliminar del presupuesto por vector estratégico durante los ejercicios 2005-2009, es la siguiente:

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	2005	2006	2007	2008	2009	TOTAL
MEJORA DE LA OFERTA	210.000	363.000	508.000	242.000	170.000	1.493.000
APOYO AL TURISMO Y VERTEBRACIÓN	140.000	968.000	672.000	688.000	440.000	2.908.000
FORTALECER LA INNOVACIÓN	4.282.755	5.526.000	4.750.000	324.000	300.000	15.182.755
PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA DEMANDA	1.165.000	2.980.000	2.760.000	2.220.000	2.025.000	11.150.000
EXPLOTACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL	168.000	825.000	1.078.000	616.000	385.000	3.072.000
DESARROLLO EMPRESARIAL	60.000	-	-	-	-	60.000
COHESIÓN Y COORDINACIÓN	66.000	93.000	672.000	384.000	240.000	1.455.000
IMPORTE TOTAL	6.091.755	10.755.000	10.440.000	4.474.000	3.560.000	35.320.755

CORRECCIÓN de errores de la Resolución de 21 de junio de 2005, del Delegado Territorial de la Junta de Castilla y León en Palencia, por la que se resuelve la concesión de subvenciones a personas físicas, comunidades de propietarios o personas jurídicas sin fines de lucro, para la realización de obras de conservación y restauración en bienes inmuebles integrantes del Patrimonio Histórico de Castilla y León.

Advertido error en el Anexo I de la Resolución de 21 de junio de 2005, del Delegado Territorial de la Junta de Castilla y León en Palencia,

por la que se resuelve la concesión de subvenciones a personas físicas, comunidades de propietarios o personas jurídicas sin fines de lucro, para la realización de obras de conservación y restauración en bienes inmuebles integrantes del Patrimonio Histórico de Castilla y León, publicada en el «Boletín Oficial de Castilla y León» n.º 129 de fecha 5 de julio de 2005, página 11834, se procede a la publicación íntegra de dicho Anexo.