



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía
Confederación de Empresarios de Andalucía
Unión General de Trabajadores de Andalucía
Comisiones Obreras de Andalucía



© JUNTA DE ANDALUCÍA

Dirección y coordinación:

Viceconsejería de la Consejería de Turismo y Deporte

Edita:

**Empresa Pública para la Gestión
del Turismo y del Deporte de Andalucía
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE**

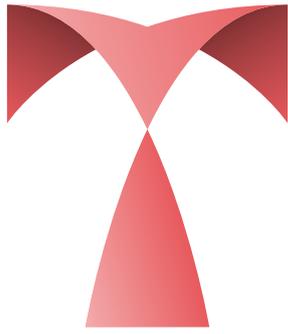
Calle Compañía, 40. 29008 Málaga

T. (+34) 951 299 300 **F.** (+34) 951 299 315

W. www.andalucia.org

www.turismoydeportedeandalucia.com

www.juntadeandalucia.es/turismo



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía
Confederación de Empresarios de Andalucía
Unión General de Trabajadores de Andalucía
Comisiones Obreras de Andalucía





En Sevilla, a 26 de julio de 2016

REUNIDOS

De una parte, el Excmo. Sr. D. Francisco Javier Fernández Hernández, Consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, en representación legal que de la misma tiene atribuida.

De otra, el Sr. D. Javier González de Lara y Sarría, Presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía, en representación legal que de la misma tiene atribuida.

Y de otra, el Sr. D. Francisco Carbonero Cantador, Secretario General de Comisiones Obreras de Andalucía, y el Sr. D. Antonio Cardeña Pastor, Secretario General de la Federación de Servicios, Movilidad y Consumo de la Unión General de Trabajadores de Andalucía, en representación legal que de las mismas tienen atribuidas.

EXPONEN

Que la Consejería de Turismo y Deporte, la Confederación de Empresarios de Andalucía, la Unión General de Trabajadores de Andalucía y Comisiones Obreras de Andalucía tienen la firme voluntad de enmarcar la política turística de la presente legislatura en el ámbito de la concertación social, entendiéndose todas las partes que suscriben la presente Alianza, que los compromisos asumidos en ella optimizarán los esfuerzos encaminados a alcanzar un Turismo de excelencia y de vanguardia, consolidado desde una perspectiva de sostenibilidad integral y de competitividad como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo de calidad y desarrollo económico.

ACUERDAN

- Primero. Suscribir la presente Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía.
- Segundo. Encomendar su seguimiento, desarrollo y evaluación a la Mesa del Turismo de Andalucía.
- Tercero. La vigencia temporal de la Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía se extiende a la presente legislatura.

No obstante lo anterior, llegado su vencimiento y al objeto de continuar en la consecución de los logros obtenidos y conseguir su plena aplicación y desarrollo, las partes firmantes de la Alianza podrán acordar la prórroga de la misma. De no producirse el citado acuerdo, se considerará automáticamente extinguido.

Y en prueba de conformidad, firman la presente Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía, en la fecha y lugar indicados.

El Consejero de Turismo y Deporte

Fdo.: D. Francisco Javier Fernández Hernández

El Presidente de la CEA

Fdo.: D. Javier González de Lara y Sarría

El Secretario General de la Federación de Servicios, Movilidad y Consumo. UGT-Andalucía

Fdo.: D. Antonio Cardeña Pastor

El Secretario General de CCOO Andalucía

Fdo.: D. Francisco Carbonero Cantador



Índice

1. Objeto y alcance	09
2. Valores inspiradores del turismo en Andalucía	13
3. Objetivos generales del turismo en Andalucía	19
4. Estrategias para su desarrollo	25
5. Decálogo de compromisos	29
6. Seguimiento y evaluación de los compromisos	39



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

1. Objeto y alcance

Andalucía es una realidad, un producto sólido fruto de su larga historia y saber hacer, que nunca se conforma ni se acomoda, sino que está en continua evolución para seguir creciendo.

Andalucía no es una marca que haya que crear. Por eso es fundamental que el Turismo sea entendido y catalogado como sector estratégico, no como sector emergente.

Nuestra meta es conseguir hacer llegar a quién nos visita qué significa Andalucía y qué les puede aportar su visita a nuestra tierra. Los visitantes deben poder entender, conocer e identificar la

riqueza y la pluralidad que ofrece nuestro territorio de forma sencilla y natural, como lo hacemos y sentimos los andaluces.

Nuestra variedad geográfica y climática, la convivencia entre tradición e innovación, historia y modernidad, que impregna nuestra rica cultura y gastronomía, etc., coexiste además armónicamente en todas y cada una de nuestras ciudades y poblaciones como parte natural de un todo: Andalucía.

No existe mejor vehículo para transmitir y entender Andalucía ni mejor abanderado, que sus

gentes: personas trabajadoras, profesionales, emprendedoras, abiertas y comprometidas con su historia, su cultura, el medio ambiente y siempre dispuestas a dar lo mejor de sí para que nuestros visitantes disfruten su estancia con nosotros. Trabajo, esfuerzo, profesionalidad y dedicación que deben ser reconocidos y fomentados ya que el valor humano es fundamental y es nuestra mejor tarjeta de visita.

Hoy, la industria turística de Andalucía se enfrenta a una permanente y constante transformación y adaptación al mercado. La crisis se ha llevado años de progreso económico y social y ha puesto al descubierto debilidades y amenazas, pero también fortalezas y oportunidades.

Los cambios en la demanda de los que nos visitan se están traduciendo en un creciente interés por las viviendas turísticas, por la diversidad en los medios de transporte a la par que económicos, una mayor cultura digital sin menoscabo de una sensibilización sobre el entorno natural, así como de un servicio cada vez más personalizado. Por otro lado, las coyunturas políticas y la inestabilidad en nuestra competencia refuerzan la necesidad de innovar y ser más competitivos.

Esta actualidad hace imprescindible superar la tradicional visión de primar el volumen de visitantes, por una estrategia basada en cubrir prioritariamente las motivaciones del consumidor final, aspirando a un crecimiento sostenible y sostenido, que por otro lado, persiga como objetivo esencial, la máxima rentabilidad socio-económica posible de los destinos, que no es más que sinónimo de la mejor calidad de vida y bienestar para nuestra comunidad.

El actual horizonte parece confirmar que el turismo es una de las grandes industrias de Andalucía, de las más potentes en la movilización de recursos e inversiones, en la cohesión social y territorial, en la creación de empleo y en el diálogo social. Y es ese marco de actuación donde cobra especial relevancia esta **Alianza por un Turismo**

innovador y competitivo en Andalucía.

Por otro lado, la concertación turística, que tiene como principal hito la constitución de la **Mesa del Turismo** en 1991, órgano permanente de diálogo, negociación y consenso entre los principales actores de la industria turística, ha permitido que la formulación de gran parte de la política turística de Andalucía haya sido un ejercicio de corresponsabilidad, una experiencia eficaz, un instrumento útil para afrontar los retos que se han ido sucediendo en el escenario turístico.

Los efectos positivos derivados de la concertación y los anteriores Pactos Turísticos animan a la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) la Unión General de Trabajadores de Andalucía (UGT), Comisiones Obreras de Andalucía (CCOO), y la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía a seguir avanzando en el desarrollo de fórmulas de gestión, de cooperación, de diálogo permanente y constante, de negociación y consenso que apoyen este sector estratégico de la economía y sociedad andaluza.

Fórmulas que no deberán sólo facilitar la cooperación, la colaboración y la coordinación entre los líderes del sector turístico y los agentes sociales, sino responder a las expectativas y exigencias de rendición de cuentas y transparencia que actualmente la Sociedad demanda y requiere.

Para hacer frente a los nuevos escenarios del turismo mundial, la administración, empresarios y trabajadores, convencidos de la fortaleza de la unidad de acción, apuestan una vez más por un nuevo marco de concertación turística, de coordinación público-privada, que ayude a convertir Andalucía en un destino turístico inteligente, sostenible e integrador, referente en materia de empleo, productividad, competitividad y cohesión social y territorial.

En este contexto, la Mesa del Turismo constituye el órgano clave y esencial del pasado, presente y, sobre todo, del futuro marco de cooperación y de concertación turística. Está llamado a reforzar el

La Mesa del Turismo

«La Mesa del Turismo constituye el órgano clave y esencial del pasado, presente y, sobre todo, del futuro marco de cooperación y de concertación turística».

marco institucional del diálogo social dentro de un proceso estable y participativo que, con una actitud constructiva y propositiva marque una hoja de ruta a seguir por todos y cada uno de los firmantes, en sus respectivos ámbitos de actuación.

Para responder a estos requerimientos, los actores de la concertación social y turística de Andalucía asumen en el presente documento una serie de compromisos que, partiendo de los principios de la Gobernanza Europea (apertura, responsabilidad, eficacia, participación y coherencia), así como de unos valores, objetivos y estrategias propios de una gestión responsable, innovadora y de calidad, constituya el marco de referencia de la acción turística en la presente legislatura.

La Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía contempla los siguientes elementos:

- **Valores inspiradores del Turismo en Andalucía.**
- **Estrategias para su desarrollo.**
- **Decálogo de Compromisos concretos en materia de Turismo.**
- **Seguimiento y evaluación de los Compromisos.**



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

2. Valores inspiradores del turismo en Andalucía

Andalucía tiene muchos puntos fuertes: una base empresarial resistente y sólida, grandes recursos culturales y naturales, buenas comunicaciones, instalaciones de calidad, sectores alineados con el turismo, excelente capital humano, talento y creatividad. Andalucía también cuenta con importantes valores como: administraciones comprometidas con el turismo, cohesión económica, social y territorial, la solidaridad, el respeto por el medio ambiente... Es un hecho constatado que los destinos andaluces se encuentran entre los más competitivos del escenario turístico nacional e internacional.

Por otra parte, el acuerdo y el consenso han permitido sumar esfuerzos tanto en la tarea de impulsar la competitividad de la industria turística de Andalucía como en la puesta en marcha de programas de diversificación turística y/o experiencias innovadoras; y si bien ha favorecido mejorar nuestro posicionamiento turístico, sigue siendo un objetivo prioritario mejorar la calidad del empleo generado.

Apostamos por un turismo andaluz que se caracterice por mejorar la experiencia turística en destinos maduros, por tomar medidas para favorecer la actividad turística alternativa en temporada

baja, así como por adaptarse a las necesidades de las personas con cualquier tipo de discapacidad o movilidad reducida.

Abogamos por el desarrollo de un turismo sostenible y dinámico que implique a todos los sectores de la sociedad, y que se le reconozca por su identidad y autenticidad de destino.

conocer nuestros productos: gastronómicos y enológicos (tanto por su propio valor individual como clave de una gastronomía de primera, donde conviven tradición y vanguardia bajo las directrices de la sana dieta mediterránea), artesanales e industriales, tecnológicos y culturales; así como nuestro patrimonio inmaterial.

Visión del Turismo en Andalucía

«En Andalucía aspiramos a un turismo de excelencia y de vanguardia, consolidado desde una perspectiva de sostenibilidad integral y de competitividad como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo de calidad y desarrollo económico».

Visión del Turismo en Andalucía

"En Andalucía aspiramos a un turismo de excelencia y de vanguardia, consolidado desde una perspectiva de sostenibilidad integral y de competitividad como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo de calidad y desarrollo económico".

1. La excelencia y la vanguardia como principio rector de los destinos turísticos en Andalucía a través de la sinergia que emerge de la satisfacción de quienes nos visitan a través de estas tres vertientes:

- **Calidad de producto:** fomentando los productos autóctonos, su conocimiento y consumo. Activando mecanismos para aprovechar el gran escaparate que es el turismo para dar a

- **Calidad de infraestructuras:** colaborando en la modernización y mejora de las infraestructuras turísticas.

- **Calidad de servicio:** la calidad de servicio engloba los dos puntos anteriores más el factor humano clave para la industria turística. Para garantizar la calidad de servicio son fundamentales la calidad del empleo, la profesionalidad de los trabajadores, y la calidad de la formación. Y con ello, empleo estable y de calidad, responsabilidad social, legalidad, respeto y fomento de la negociación colectiva, igualdad, formación continua de empresarios y trabajadores.

2. La sostenibilidad integral y de competitividad de un desarrollo turístico de Andalucía debe tener como piezas claves los siguientes elementos:

- **Crecimiento inteligente:** desarrollo de un turismo basado en el conocimiento y la innovación. Un sector competitivo, productivo y rentable social y empresarialmente.
 - **Crecimiento sostenible y sostenido:** debe conllevar un uso eficiente de los recursos y una economía turística competitiva y sostenida que apoye los productos autóctonos del destino turístico.
 - **Crecimiento integrador:** que fomente una actividad generadora de empleo, que facilite la cohesión social y territorial en sus diferentes campos (espacial y temporal), lo que exige la máxima coordinación interadministrativa, y cooperación público-privada. Planificaciones Integrales de Destinos.
- Esta visión del turismo en Andalucía dibuja un escenario de gran potencia y trascendencia social; su consecución no sería posible si no se partiera de la existencia de una convergencia social, económica y de gobierno que trabaja desde planteamientos constructivos y de futuro, y que pone de manifiesto los siguientes **valores inspiradores de la acción:**
- **Estratégico,** con la implicación, coordinación y diálogo de todas las instituciones, agentes sociales y económicos, a través del modelo de gobernanza y concertación.
 - **Innovador,** en la búsqueda de nuevas formas de turismo, nuevos mercados de interés, en la gama de productos y servicios, la reutilización de la información y la renovación permanente, de los procesos productivos, en la organización y gestión de la administración y las empresas, en la incorporación de nuevas tecnologías.
 - **Inteligente,** en la consolidación de liderazgos, en su capacidad competitiva, acabando con el fenómeno de la estacionalidad, potenciando segmentos emergentes y en constante crecimiento.
 - **Excelente,** generador de experiencias plenamente satisfactorias en quienes lo consumen, alcanzando la excelencia en los establecimientos, administraciones, empleos y empleadores del turismo (público y privado).
 - **Experiencial,** con una oferta turística basada en proporcionar una verdadera experiencia al visitante, de forma que se genere fidelidad entre el destino y la persona turista.
 - **Tecnológico,** en el uso de nuevas tecnologías tanto en la comercialización como en parte de la experiencia en destino, incorporándolas en todos los procesos de gestión y de servicios; y logrando una planificación global del destino.
 - **Garante,** con potenciales consumidores que acuden al destino con la tranquilidad y la confianza de recibir los servicios en los términos contratados y si hay algún contratiempo o incidencia se va a resolver de una forma adecuada incluso dando respuesta en su lugar de procedencia.
 - **Cualificado,** disponiendo de la profesionalidad de personas trabajadoras o colectivos implicados constatado a través de procedimientos de reconocimiento, evaluación y acreditación de competencias profesionales.
 - **Ético y responsable,** con una actividad turística sustentada sobre prácticas éticas en los diversos campos donde se desarrolle la actividad turística, que haga

efectivo el principio de igualdad de oportunidades y no discriminación, que genere empleo de calidad, salarios acordes a los trabajos realizados, respeto al medio en el que se desarrolla, etc; donde no se busca el beneficio a costa de la masificación.

- **Sensibilizador**, concienciando a la ciudadanía de la importancia y los beneficios del turismo para una mejor acogida y fomentar unas normas básicas de civismo.





Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

3. Objetivos generales del turismo en Andalucía

Para potenciar el turismo inteligente, sostenible e integrador, la Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía se marca como objetivos generales:

1. Potenciar la industria turística y el destino turístico de excelencia

Consolidar la industria turística en Andalucía haciendo de ella una industria competitiva y de excelencia basada en criterios de calidad, accesibilidad y sostenibilidad en los destinos, productos y servicios turísticos; posibilitando la diferenciación y el liderazgo de Andalucía como destino

de referencia.

La recualificación de destinos, la renovación de la oferta turística y planificación turística de los destinos andaluces son medidas sobre las que seguir apostando para conseguirlo. El desarrollo de los instrumentos de planificación turística que se está llevando a cabo por esta Consejería a través de los distintos planes integrales permitirá avanzar en este objetivo.

Abrir líneas de actuación que trasladen a la pequeña empresa información y apoyo instructivo y económico sobre tecnologías y herra-

mientas para la promoción turística que son indispensables para liderar y adaptarse a los tiempos, búsqueda de nuevas tendencias, así como para poder responder a las nuevas demandas y expectativas de las personas turistas.

Otra dimensión necesaria de fortalecer son las medidas encaminadas a fomentar la internacionalización de las empresas turísticas andaluzas. Es importante apoyar a las empresas turísticas y convencerlas de la importancia de la misma para poder incorporar nuevos mercados a su actividad.

Que las empresas del sector dispongan de forma accesible y rápida de indicadores basados en datos estadísticos actualizados, confiables, representativos, segmentados y agregados, por provincias, comarcas, zonas y municipios es fundamental igualmente para saber qué está pasando, conocer tendencias, realizar proyecciones estadísticas, y en definitiva poder tomar decisiones tanto de planificación, de inversiones como de promoción turística.

Incorporar a la dinámica de gestión de las empresas el análisis constante de los mercados y sus preferencias para la creación de nuevos productos o la mejora de los existentes, mecanismos más completos de análisis de la satisfacción y estar presente en las plataformas de opinión; son elementos que hacen que éstas organizaciones sean altamente competitivas y dinámicas.

2. Investigación e innovación

La industria turística está fuertemente influenciada por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sobre todo la adopción masiva de internet por parte de los consumidores ha hecho que este sector sea uno de los más afectados y de los que más rápidamente ha tenido que adaptarse a estas nuevas condiciones de mercado.

En el año 2015, más de la mitad de los turistas que visitaron Andalucía utilizaron internet en relación a su viaje, de estos el 69% realizaron la reserva de alguno de los servicios contratados vía internet, y el 30% llegó a culminar el proceso con la compra del producto / servicio. En el caso de los extranjeros la proporción de reservas por internet es más frecuente (77%) frente al turismo nacional (65%). No obstante este mercado continua con la evolución alcista de los últimos años en el uso de internet, destacando que una de las actividades que realizan con mayor peso es el uso de servicios relacionados con viajes y alojamientos (53%).

Los datos nos presentan también una oferta turística andaluza a la altura, en su afán de corresponder la creciente demanda de servicios turísticos en internet, destacando sobre el resto de empresas en cuanto a equipamiento y adaptación al medio online. Tanto es así que, por ejemplo, el 91,4% de las empresas andaluzas de alojamiento ponen a disposición de la persona usuaria de internet la realización de pedidos o reservas online; muy por encima del total de las empresas o de aquellas que pertenecen al sector servicios que se cifra en el 19,5% y 25,9% respectivamente. De igual manera también responden en mayor medida a vincular la empresa a medios sociales (73,8% frente al 42,5% del total o el 48,5% del sector servicios).

Todas estas cifras no hacen más que confirmar la importancia de internet en el sector turístico y la gran penetración del medio online en las empresas que prestan servicios turísticos, y justifican con creces una atención especial en los planes de marketing de los agentes implicados.

Iniciativas relacionadas con la adaptación de la promoción turística a las nuevas tecnologías, nuevas herramientas, nuevos servicios, incremento y apuesta por la acción tecnológica y online en detrimento de otras fórmulas promocionales, hace de la innovación y de la investigación un elemento actualmente imprescindible de abordar

si hablamos de desarrollo económico y mejora de competitividad del sector junto con la calidad de vida y bienestar de la población.

En la búsqueda de ventajas competitivas de cada territorio frente a otras regiones, surge el concepto de “especialización inteligente” basado en la identificación de las características y activos exclusivos, todo ello dentro de un proceso de priorización que reúna a los actores implicados con la innovación y los recursos disponibles en torno a una visión de su futuro tendente a objetivos de excelencia y competitividad.

Las Estrategias Regionales de Innovación y Especialización Inteligente (RIS3) son el instrumento que la Comisión Europea quiere utilizar para que las políticas y medidas apoyadas por los Fondos Estructurales repercutan en una mayor capacidad para generar competitividad en las empresas de las regiones asistidas. Como modelo de desarrollo territorial basado en un proceso estratégico y de gobierno capaz de asegurar en un contexto global ventajas competitivas a partir de los activos del territorio (tangibles e intangibles), pueden contribuir a reinventar la economía regional a través de nuevas actividades económicas.

La Comunidad Autónoma de Andalucía aborda la elaboración de su Estrategia de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente como una oportunidad de valor inestimable, haciendo así de este proceso la referencia clave en el marco de su planificación y programación económica para el período 2014-2020.

Andalucía confirma con la elaboración de la RIS3 su apuesta por estimular de manera efectiva la inversión privada para hacer fructificar los esfuerzos de I+D y así lograr rentabilizar al máximo la aplicación de los recursos públicos. En concreto, en el ámbito que nos ocupa, las acciones se concentran en la prioridad 4, denominada Potenciación de Andalucía como destino turístico, cultural y de ocio, que se desarrolla mediante las siguientes líneas de acción:

- **L 4.1. Investigación e innovación en productos turísticos innovadores**
- **L 4.2. Desarrollo de nuevos modelos de turismo**
- **L 4.3. Investigación e innovación sobre accesibilidad para el turismo**
- **L 4.4. Innovación en las industrias culturales y creativas**

3. Minimizar la estacionalidad:

La estacionalidad turística se presenta como el problema estructural más grave de la industria turística. Frente a ello, impulsar la diversificación y diferenciación turística sobre la base de nuestro patrimonio natural y cultural, y la complementariedad de territorios y la alianza de sectores productivos, sin duda, minimizará los efectos de esa estacionalidad.

Son muchas y variadas las acciones y herramientas que se están utilizando para conseguirlo. Estas son algunas de las más relevantes: la ejecución del Plan de Choque contra la estacionalidad turística en el litoral andaluz, la puesta en marcha de la Red de Municipios contra la estacionalidad turística, el fomento de programas de turismo social para mayores, jóvenes, parados, etc. junto con el desarrollo de capacitaciones profesionales para atender a estos colectivos vulnerables pero de gran capacidad desestacionalizadora. Estas medidas se recogen en el Programa de Actuación P.12 del Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020 (en adelante PGTSA 2020).

Elaborar el nuevo Plan Director de Marketing Horizonte 2020, así como revisar y actualizar la regulación sobre los servicios turísticos de alojamiento, son también medidas que buscan obtener impacto en la resolución de este problema.

En ese sentido, trabajar en la línea de configurar acuerdos con la Unión Europea para fomentar este turismo, así como estudiar la viabilidad de poner en marcha un programa de turismo social andaluz en temporada media y baja que sea complementario al programa de turismo social lmserso, que desde su puesta en marcha hace más de 25 años ha contribuido a que una parte de hoteles no cierren temporalmente en invierno y a que se mantenga el empleo, tanto directo como indirecto. Así como apostar por la diversidad de los segmentos turísticos y nuevos productos innovadores o poco consolidados harían posible la transformación del modelo turístico andaluz.

4. Invertir en recursos humanos: cualificación profesional y empleo de calidad.

Un problema importante al que se enfrentan los profesionales del turismo es la falta de reconocimiento y acreditación de sus competencias profesionales, adquiridas a través de la experiencia profesional o vías no formales de formación.

El cada vez más importante número de profesionales que deciden ampliar sus experiencias en otros países conlleva la dificultad de acreditar sus competencias, lo que les sitúa en un escenario de minusvaloración con respecto a otros.

Por otra parte, la promoción profesional muchas veces se ve coartada por esa falta de acreditación oficial de su cualificación profesional.

En España y Andalucía, fruto de los acuerdos emanados del diálogo social, se cuenta con un instrumento que puede atender estas vicisitudes. El sistema Andalucía Acredita que depende del Instituto Andaluz de Cualificaciones Profesionales, en adelante IACP, con convocatorias genéricas y específicas que ya lleva varios años funcionando en nuestra comunidad y debe extenderse a las distintas cualificaciones profesionales establecidas desde el Instituto Nacional de las Cualificaciones, en adelante INCUAL, con

presencia en la familia profesional de Hostelería y Turismo.

Los procedimientos de acreditación de competencias profesionales de las cualificaciones incluidas en la familia profesional de hostelería y turismo deben tener con los siguientes objetivos:

- Introducir el reconocimiento profesional, al dotar de acreditación oficial a quienes trabajan en la hostelería española y andaluza, que sí reúnen las destrezas y competencias adquiridas por la experiencia profesional, pero que carecen de este reconocimiento.
- Establecer la cualificación profesional como elemento de profesionalización y de calidad en el sector, teniendo como referencia el título V de la Ley 13/2011 del Turismo de Andalucía.
- Situar a la actividad turística en el ámbito de la innovación, la calidad y el desarrollo de un modelo económico con el valor añadido.

Para el sector de la hostelería la puesta en marcha de estas acreditaciones profesionales, permitiría apostar por un empleo de calidad y con derechos, basándose en un acuerdo de ámbito estatal para este sector.

5. Establecer nuevos marcos de cooperación público-privado en diversos ámbitos.

En infraestructuras, nuevas tecnologías, conservación del patrimonio cultural, medio ambiente, transporte público, servicios colectivos, equipamientos urbanos, oferta cultural y de ocio; y muy especialmente en el de la promoción y comercialización turística.

Establecer múltiples sinergias entre los sectores que pueden aportar el desarrollo y mejora de la competitividad de la oferta turística de Andalucía, sin duda ayudará a blindar el sector para que su fortaleza no dependa demasiado de puntua-

les coyunturas políticas ni económicas, creando mecanismos de reacción ágiles y efectivos.

Se trataría de asumir medidas que irían desde trabajar por conseguir una mejora de las conexiones que reduzcan los desplazamientos y faciliten la movilidad sostenible y la accesibilidad; hasta el desarrollo del planes territoriales transversales rigurosos, de consenso y de máximo compromiso en el respeto al mismo en su cumplimiento y ejecución.

Un marco concreto de actuación viene dado por la necesidad de obtener empleo de calidad que garanticen un turismo de calidad; ya que para concienciar, fomentar y potenciar la calidad del empleo y luchar contra competencia desleal que supone para las empresas comprometidas con el turismo, la economía y la sociedad andaluza resulta necesario establecer una serie de requisitos que las empresas del sector turístico deben cumplir para beneficiarse de las ayudas y/o

promoción que facilitan las administraciones públicas.

La puesta en marcha, cumplimiento y seguimiento de estos requisitos, se hace indispensable la colaboración con otras administraciones, así como la colaboración de los agentes económicos y sociales.

Establecer un sistema objetivo de reconocimiento por parte de las distintas administraciones y de la sociedad en general, de las empresas que apuestan por un turismo de excelencia y de vanguardia, consolidado desde una perspectiva de sostenibilidad integral y de competitividad como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo de calidad y desarrollo económico” sería una medida a plantear como apuesta sólida para la consecución de esa visión a la que aspira el turismo andaluz.



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

4. Estrategias para su desarrollo

El nuevo marco turístico nos ha dotado de diversos instrumentos y herramientas para diseñar e implementar una nueva política turística de Andalucía, y dar así respuestas a los desafíos y retos del mercado turístico.

Junto a estos instrumentos de planificación turística, deben contemplarse otros como la capacidad normativa, de fomento, en materia de calidad, innovación y formación turística, así como la capacidad financiera de la administración pública en el desarrollo turístico, en la

reinención y reconversión turística.

Más allá de éstos, la acción política turística en Andalucía debe desarrollarse, en coordinación y sintonía con el conjunto de iniciativas de otras administraciones de distinto nivel y competencias en turismo con incidencia en Andalucía.

En una relación directa con los objetivos planteados, los instrumentos con los que contamos que dan soporte a los mismos son los siguientes:

Objetivos generales

Herramientas

- **Potenciar la industria turística y el destino turístico de excelencia**

Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020

Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-16 / Plan Director de Marketing Horizonte 2020 y Planes de Acción anuales

Programa de Recualificación de Destinos Maduros.

Plan Turístico de Grandes Ciudades.

Municipio Turístico

- **Innovación e investigación**

Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020

Estrategia de Innovación de Andalucía 2014-2020 (RIS3 Andalucía)

El Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación (PAIDI) 2020

Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

Cartera de Servicios de Andalucía Lab

- **Luchar contra la estacionalidad**

Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad turística 2014-2020 y Plan de Choque (bienal)

III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020

Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020

Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-16/ Plan Director de Marketing Horizonte 2020 y Planes de Acción anuales

Objetivos generales	Herramientas
<ul style="list-style-type: none">Invertir en recursos humanos: cualificación profesional y empleo de calidad.	<p>Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020</p> <p>III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020</p> <p>Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020</p> <p>Cartera de Servicios de Andalucía Lab</p> <p>Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (Sicted)</p>
<ul style="list-style-type: none">Establecer nuevos marcos de cooperación público-privado en diversos ámbitos.	<p>Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía Horizonte 2020</p> <p>Fondo Financiero para la Modernización de las Infraestructuras Turísticas (FOMIT), para planes y proyectos de renovación y modernización de destinos turísticos maduros</p> <p>III Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020</p> <p>Estrategia Integral de Fomento del Turismo de Interior Sostenible de Andalucía Horizonte 2020</p>



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

5. Decálogo de compromisos

1. Desde la concertación social:

Garantizar la continuidad de la Mesa del Turismo como foro de diálogo, negociación y consenso en materia turística, que dé nuevos impulsos a la cooperación y competitividad turística.

- Desde la base de este acuerdo de concertación social se establece al menos una convocatoria anual donde se lleve a cabo la revisión y seguimiento del grado de avance de los objetivos y compromisos establecidos en este documento con la emisión de un informe

anual que recoja los logros alcanzados.

- Así mismo, para el seguimiento concreto de alguno de los acuerdos contemplados y/o cuando la coyuntura lo demande se podrá convocar la Mesa a requerimiento de algunos de sus miembros o a petición de las partes.
- Dada la transversalidad de la actividad turística y los efectos que tienen en la misma las distintas políticas de la Junta de Andalucía, la Consejería de Turismo y Deporte impulsará la participación de otras Consejerías (Cultura, Economía, Hacienda, Justicia e Interior, Medio

Ambiente, Empleo, Educación...), pudiendo a tal efecto, invitar a su participación para la constitución de grupos de trabajo interno de naturaleza interdepartamental.

- En el seno de la Mesa del Turismo se procederá a propuesta de los distintos miembros a determinar el sistema de participación y presencia de las Consejerías ligadas a la consecución de objetivos concretos que exijan su colaboración.
- Así mismo, se acuerda poner en marcha un sistema de seguimiento complementario al general, centrado en la incidencia territorial del desarrollo de este marco de colaboración (por ejemplo, en materia de planificación turística) y en la gestión provincializada de determinadas actuaciones.

2. Desde la planificación y la estrategia

Impulsar y acelerar la ejecución de los distintos planes en materia de turismo en vigor así como de otros nuevos que den respuesta a necesidades detectadas.

Las acciones y actuaciones contempladas en los distintos planes tanto generales como específicos que se están llevando a cabo para implementar la política turística de Andalucía, relacionados en el anterior apartado de Herramientas para su desarrollo, poseen una relación directa con los objetivos anteriormente planteados. Son los instrumentos operativos que permitirán facilitar la consecución de los objetivos generales, dar respuesta a los retos planteados y mejorar el impacto de la política sectorial en nuestra región.

Algunas de las acciones más significativas que se pueden impulsar y que podemos citar a modo de ejemplo son:

- Impulsar la creación de la Red de Municipios

contra la Estacionalidad Turística, la misma puede contribuir a que se mantengan abierto hoteles, restaurantes, así como a generar una oferta complementaria turística y de empleo. De hecho, es una de las acciones contempladas en las Estrategias para la Gestión de la Estacionalidad Turística 2014-2020, la cual incide directamente en el Objetivo General planteado de Luchar contra la estacionalidad. Reforzar las actuaciones necesarias para su creación desde la Mesa del Turismo a través de esta alianza, ofrecería solidez a la consolidación de la misma como instrumento de lucha contra la estacionalidad.

- Impulsar nuevos Planes Turísticos de las Grandes Ciudades Andaluzas que precisan de renovación e impulso, fomentar la Cooperación Territorial entre Grandes Ciudades y Ciudades Medias; incide directamente en el objetivo general de Potenciar la industria turística y el destino turístico de excelencia.
- Elaborar un nuevo plan que dé continuidad a los resultados alcanzados por el Plan Director de Promoción Turística de Andalucía, que junto a los ejes centrales de la actividad turística ponga su foco en los aspectos motivacionales y la oferta complementaria. En él deberá contemplarse así mismo nuevos marcos de colaboración y definición de la política de promoción turística como es la creación del Consejo Asesor de Promoción e Integración en la Web de la Oferta Turística Motivacional-Complementaria. En este caso, el apoyo a su continuidad incidiría en la consecución tanto del objetivo de potenciar la industria turística y el destino turístico de excelencia como el de luchar contra la estacionalidad.
- Impulsar junto con la Consejería competente en materia de ferias y congresos, el Turismo de Negocio y Congresos (MICE); constituyendo para ello un Grupo de Trabajo

Interadministrativo Mice, participado conjuntamente por la Consejería de Turismo y Deporte y la Consejería de Empleo, Empresas y Comercio, la CEA, CCOO y UGT. Estaría alineado con el objetivo de establecer nuevos marcos de cooperación público-privado en diversos ámbitos.

3. Desde la identidad de Andalucía como destino turístico

Fortalecer la imagen única de “Andalucía” como marca de un destino, de instrumento de cohesión del turismo y de apuesta por la singularidad de la experiencia turística.

La imagen de “Andalucía” debe estar asociada a la calidad, la excelencia, y en definitiva, a la satisfacción del turista que se anima a repetir destino e invita a venir a Andalucía.

Para ello necesitamos apostar por la diversificación de mercados y segmentos (turismo hípico, gastronómico, enológico, cultural, náutico, activo, sol y playa, Mice, compras, etc); y que la promoción sea responsable y solvente, máxima transparencia y eficiencia, y también una mayor participación y compromiso empresarial.

- Precisamente, con el fin de evitar interferencias en los mensajes que se transmiten a los diferentes mercados, en el Programa de Actuación P.16 del PGTSA H2020 se afirma que “Se deben coordinar de forma integral los esfuerzos de promoción realizados por las distintas administraciones (Consejería de Turismo, Patronatos Provinciales, grupos de desarrollo rural, parques naturales, etc.). Del mismo modo, se debe fomentar la participación y el consenso del sector privado en esa labor de promoción.” Entre las medidas que desarrolla dicho Programa de Actuación se incluye la de “Continuar con los convenios de colaboración

con los Patronatos Provinciales de Turismo, para un mejor aprovechamiento de los recursos”.

- Fomentar y apoyar las iniciativas de cooperación por parte de emprendedores locales y asociaciones vinculadas o que potencien al turismo, para diversificar la oferta, innovando de manera coordinada con especial incidencia en zonas afectadas por la estacionalidad y siempre en el marco de los estándares de calidad, accesibilidad y sostenibilidad que significa la marca Andalucía. Los Planes de acción anual del Plan Director de Marketing Turístico y de las líneas de subvenciones que se establezcan son también medidas efectivas para ello.
- Facilitar y simplificar la información mejorando la accesibilidad y la internacionalidad de la misma mediante el uso de las nuevas tecnologías y la integración en la Web de la Oferta Turística Motivacional - Complementaria completaría las acciones a desarrollar en este compromiso.

4. Desde la supervisión y control

La competencia desleal y la economía sumergida o irregular que se sitúa al margen del marco institucional y, en particular, fuera de las normas turísticas, laborales y fiscales, supone para el tejido empresarial una quiebra del principio de competencia, para los trabajadores un foco de situaciones de precariedad laboral e incremento de los riesgos laborales, para los turistas la generación de situaciones de indefensión, y para el conjunto de la sociedad y la Administración una amenaza para la calidad, el medio ambiente y la marca turística “Andalucía”.

Constituye este fenómeno un ejemplo de competitividad no sostenible en su triple vertiente: económica, social y ambiental, que es prioritaria

rio combatir y erradicar desde todas las Administraciones y por todos los agentes económicos y sociales.

De la misma forma, a nivel de protección de los trabajadores se debe apostar por el respeto a la negociación colectiva y combatir el mal uso de la externalización de servicios, evitando una competencia desleal y la desigualdad que puede debilitar el sistema turístico andaluz y por consiguiente la economía andaluza.

- Colaborar con las distintas administraciones, y dentro de la Junta de Andalucía, entre las distintas Consejerías, para conseguir una mayor transparencia y fluidez en el intercambio de información en materia de control y supervisión de materias sectoriales que afectan al sector turístico empresarial (hacienda, salud laboral, inspección de trabajo, consumo...) constituye un adecuado escalón para garantizar la legalidad y la calidad de los servicios, que haga posible la libre competencia empresarial en igualdad de condiciones y el trabajo digno e igualdad social de quienes trabajan en Andalucía.
- Corresponde a la administración turística competente el ejercicio de la función inspectora y sancionadora en materia de turismo en el ámbito autonómico, y a través de la misma velar por el exacto cumplimiento de las obligaciones y requisitos establecidos para la prestación de servicios turísticos desarrollados reglamentariamente.
- El avanzado desarrollo de este sector, su proyección e internacionalización cada vez mayor hace necesario por otra parte, dotar de la máxima transparencia y accesibilidad tanto del sistema como de la oferta turística vía on line, convirtiendo también en una necesidad el desarrollo telemático del **Registro de Turismo de Andalucía**.

5. Desde la sostenibilidad

La apuesta por un modelo turístico sostenible que haga frente a los problemas que soporta la sociedad que cohabita con el fenómeno turístico conlleva asumir que el turismo en Andalucía se caracteriza por seguir un modelo de responsabilidad social y sostenibilidad en su triple dimensión: económica, social y medioambiental.

Dicho modelo debe expresarse tanto en términos de respeto y cuidado del medio ambiente, control de impacto a nivel medioambiental y social de las acciones y actuaciones como en los de propiciar un desarrollo turístico que respete el patrimonio, el medio ambiente y tengan un impacto positivo en la sociedad local donde se ubiquen.

Para ello, desde este apartado se asume el compromiso de elaborar un Informe sobre la sostenibilidad del sector turístico andaluz que refleje mediante indicadores medioambientales de los grandes ámbitos geográficos de Andalucía: la situación medioambiental en su relación con la industria turística y otras actividades turísticas, tanto hotelera como extrahotelera, con especial análisis de los procesos de ocupación intensiva de suelo, impactos de infraestructuras de comunicación y sus correlatos de eliminación de residuos y abastecimiento de agua y energía eléctrica. Tal como se señala en la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.

- Este informe recogería además, otros impactos del sector turístico andaluz, tanto negativos (posible afección a espacios naturales o ecosistemas de valor ambiental, contaminación de las aguas, contaminación acústica, consumo de recursos naturales, etc), como positivos (sensibilización sobre los valores naturales, adopción de medidas de protección de determinados espacios o ecosistemas, implantación de estándares de calidad ambiental, transferencia de recursos

económicos para financiar políticas de protección del medio natural, etc.).

- Retomar proyectos concretos de fomento de medios de transporte que utilicen las energías menos contaminantes, avances en el transporte colectivo e intermodal, en la eliminación o reutilización ecológica de los residuos, como por ejemplo: mapa de tratamiento de residuos vertidos al mar o extensión de trenes de cercanía en el litoral; serían otras de las acciones a impulsar desde este espacio de concertación social y en coordinación con Planes y Estrategias sectoriales de la Junta de Andalucía.
- También conviene recordar aquí que el PGTSA H2020 incluye en su Programa de Actuación P.22 numerosas medidas relacionadas con la sostenibilidad de las instalaciones turísticas (eficiencia energética, uso eficiente de recursos hídricos, modos de transporte sostenibles, modernización de la planta hotelera, etc), realizar el seguimiento de las mismas y ponerlas en valor es igualmente parte de este compromiso.

6. Desde la colaboración-cooperación

Desde la colaboración con las diferentes administraciones: los ayuntamientos, diputaciones, consejerías: educación, cultura, innovación, empleo, etc. como se ha venido subrayando a lo largo de este documento, intensificar la colaboración público-público y la colaboración público-privada es fundamental para movilizar los recursos públicos y privados y dar respuesta a las necesidades sociales.

- En este sentido, cobran especial trascendencia los planes que inciden en la recualificación y el reposicionamiento turístico, como el Plan Qualifica para la Costa del Sol o el Plan Integral de Fomento de Turismo de Huelva, la

Implementación Turística de la ITI de Cádiz, así como marcos de cooperación económica con las Entidades Locales (destinos y municipios turísticos).

- Por su parte, el Programa de Actuación P.2 del PGTSA H2020, denominado “Concienciación institucional para la gestión de la estacionalidad del sistema turístico andaluz”, incluye una medida destinada al “Fomento de los beneficios económicos y fiscales a las empresas que permanecen abiertas todo el año: reducción del tipo de IVA, bonificación del IBI, bonificación de las cuotas de la Seguridad Social durante los meses de temporada baja, condicionamiento de las ayudas públicas a que la empresa mantenga la actividad todo el año, etc”.
- Proponer la puesta en marcha de bonificaciones fiscales y/o creación de incentivos económicos al resto de administraciones públicas competentes dedicándole especial atención a la participación de aquellos municipios que se acojan a la Red de Municipios contra la Estacionalidad Turística y para aquellas empresas que sean de apertura permanente.
- En el ámbito de la promoción turística, la búsqueda de nuevas áreas de comercialización conjunta del turismo con otros productos andaluces y viceversa, así como promover alianzas y acciones de cooperación con aquellos proyectos que tengan como fin el impulso de las buenas prácticas en los destinos turísticos andaluces; aportarían valor añadido a la consolidación del Turismo de excelencia y competitivo en Andalucía.
- Una colaboración especial con los Departamentos de Turismo de las universidades andaluzas y otros centros de interés, entidades y organizaciones en materia de investigación e innovación encaminadas a

desarrollar actividades de prospectiva para la gestión y comercialización del destino y las empresas; son también elementos claves tanto para optimizar y centralizar como para facilitar la capacidad de respuesta ante puntuales coyunturas que puedan presentarse.

- Por último, de acuerdo con el Estatuto de Autonomía de Andalucía que reconoce como principio rector y objetivo básico la participación institucional de los agentes económicos y sociales más representativos en Andalucía en el desarrollo de asuntos públicos de naturaleza socioeconómica, las partes firmantes acuerdan impulsar, mejorar y reforzar los cauces formales para hacer efectiva dicha participación en materia turística. Asimismo, consideran particularmente preciso, articular y habilitar la participación de CEA en el Comité de Coordinación Aeroportuario de Andalucía.

7. Desde el desarrollo empresarial

Atendiendo a la función y participación de las organizaciones empresariales en la política turística de Andalucía, resulta necesario fortalecer la estructura y vertebración de éstas y por ende, garantizar y reforzar la participación institucional, tal como se establece en la línea de Fortalecimiento y Vertebración del tejido turístico corporativo del PG TSA H2020.

El apoyo económico al tejido empresarial andaluz como fuente de riqueza y empleo, en los procesos de modernización, innovación, internacionalización hotelera, de la restauración y otros subsectores, resulta indispensable a cualquier nivel si se pretende consolidar el entramado empresarial en el territorio.

- En este sentido, la financiación y el apoyo público son elementos complementarios

indispensables al mismo tiempo que resulta preciso garantizar el acceso a la financiación, considerando la heterogénea composición de las empresas turísticas y su real dimensión (más de 50.000 empresas turísticas de diversa índole y características); siendo conveniente la participación de los distintos agentes sociales y empresariales en el establecimiento de los requisitos que definan las líneas y directrices de las subvenciones turísticas e instrumentos de apoyo financiero (Fondos Reembolsables).

- En beneficio de este ejercicio de corresponsabilidad económica y social, se hace necesario establecer prioridades en cuanto a los requisitos a cumplir por aquellas empresas que quieran acogerse a estos instrumentos públicos, a través de un consenso previo en los criterios de adjudicación, y que refuercen a aquellas empresas que ofrezcan garantías en la prestación de un empleo de calidad y de sostenibilidad social, económica y medioambiental.
- En este sentido, establecer coeficientes de ponderación en aquellas empresas que mantengan o garanticen el mantenimiento de su actividad durante la anualidad, que presten concordancia con los convenios colectivos provinciales o sectoriales, que no se vean sancionadas por prácticas de despidos improcedentes reiterados, que aporten informes e indicadores de sostenibilidad y responsabilidad social siguiendo los modelos y recomendaciones de órganos e instituciones de consenso (siempre atendiendo a la heterogénea estructura y dimensión específica del tejido andaluz anteriormente citado), y que fomenten la excelencia en la gestión por obtener reconocimientos en sistemas de calidad, como las normas ISO, Q de calidad, calidad de destino, EFQM, etc., permitirá alcanzar los objetivos señalados.

8. Desde la formación y la calidad

Según lo establecido en el III Acuerdo de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales y los Sindicatos sobre negociación colectiva en materia de perfeccionamiento de la formación, para facilitar la capacidad de adaptación de las empresas, la administración andaluza y los agentes económicos y sociales impulsarán y acordarán medidas que permitan mejorar las condiciones de trabajo y modelos para mejorar la productividad, crear más riqueza, aumentar el empleo y mejorar su calidad, y contribuir a la cohesión social.

Y por su parte, el Programa de Actuación P.19 (“Formación para la profesionalización de los recursos humanos”) que prevé el “Fomento de la formación permanente, reforzando los programas de formación y profesionalización en las distintas especialidades que intervienen en la actividad turística, fomentando la capacitación profesional de trabajadores y trabajadoras”, o la “Identificación de nuevas necesidades de formación que den respuesta a las nuevas tendencias de sector”, entre otras medidas.

El apartado de compromiso debe enfocarse hacia acciones y medidas que contribuyan a alcanzar una formación turística de calidad y velar por el correcto funcionamiento de los entes públicos de formación que la desarrollan desde dos perspectivas:

- Desde acciones que exigen coordinación en todos los niveles de cualificación y en todos los subsistemas de formación:

En el nivel más alto académicamente hablando, apostamos por asociar la herramienta Andalucía Lab con los master y títulos oficiales y propios impartidos por Universidades Andaluzas.

Creación de una Cátedra con proyectos

específicos de desarrollo e innovación aplicada al turismo. Tal como se establece en el Programa de Actuación P.8 del PGTSA H2020, denominado “Apoyo a emprendedores para el desarrollo de nuevos segmentos y productos” que contempla entre sus medidas la destinada a la “Impartición de cursos de formación y asesoramiento al empresariado turístico por parte de Andalucía Lab y del profesorado proveniente de las universidades”.

En los niveles intermedios, establecer mecanismos de colaboración que faciliten el desarrollo de una RED de centros integrados de Formación Profesional de la familia profesional de hostelería y turismo.

Y en el nivel básico de formación, conseguir el compromiso por parte de las autoridades competentes, la inclusión de planes de formación plurianuales que trabajen de manera coordinada la formación de los Institutos de Educación Secundaria de Hostelería y Turismo con la formación para el empleo. Para ello se propone convocar una mesa técnica de coordinación en la que se encuentren también la CEA, CCOO y UGT donde se establezca: objetivos, prioridades y calendarización.

- Desde acciones concretas que obtengan alto impacto en la prestación del servicio y de fidelización de la persona turista:

Apoyar al INCUAL en la revisión y actualización de los módulos formativos referidos a la cualificaciones profesiones de la familia profesional de hostelería y turismo.

Colaborar con las Consejerías competentes en materia de Formación Profesional, de Formación para el Empleo en el diseño y puesta en marcha de un plan experimental (2017-2020) para la evaluación y acreditación

de competencias profesionales de cualificaciones en hostelería y turismo utilizando la red de centros de la Junta de Andalucía; así como con las empresas para la acreditación de las personas trabajadoras.

Fomentar y promover en el seno de las empresas formación en materia de igualdad y liderazgo para cargos de responsabilidad.

Facilitar que quienes sean profesionales de los diversos subsectores turísticos que se relacionan con el visitante puedan mejorar la calidad de su trato con el mismo.

Mejorar el conocimiento y la utilización de los idiomas que se hablan en los países emisores de turistas más importantes (Francia, Alemania, Portugal, Italia, Holanda, China, Rusia) y, de forma específica, con un Plan de choque formativo de inglés (nivel B1) que conlleve que el B1 este debidamente certificado de forma oficial.

9. Desde la innovación

La fidelización del turista se alcanza siendo más competitivos y trabajando en la mejora continua de la calidad favoreciendo la implantación de metodologías y proyectos innovadores que posibiliten la consolidación de los destinos andaluces.

En este sentido, la participación en aquellos organismos y entes, tanto nacionales como internacionales, que tengan como meta el apoyo a la innovación turística es una medida que favorece tanto el desarrollo de herramientas innovadoras que coadyuvan a la mejora en la gestión empresarial de establecimientos turísticos como, por otro lado, favoreciendo el desarrollo de segmentos turísticos innovadores que responden a nuevas motivaciones y exigencias de las personas turistas.

Fomentar la investigación turística, especial-

mente en los ámbitos de renovación de destinos y reposicionamiento de mercados, así como de nuevas formas de explotación turística que contribuyan al crecimiento, renovación de destinos y estabilidad del sector.

Sin olvidar la sinergia que proyectos innovadores de intervención de protección medioambiental como el aprovechamiento de energía solar, reutilización de aguas grises, reducción de producción de residuos, así como otras áreas de actuación inciden positivamente en la consecución de un turismo sostenible.

En este sentido, es necesario reforzar la cooperación con el Instituto Tecnológico Hotelero, consolidar la implementación de las nuevas tecnologías en nuestro sector turístico a través de Andalucía Lab, optar a proyectos financiados por la Comisión Europea como Horizonte 2020, LIFE, Cosme, entre otros; así como optimizar la financiación proveniente del RIS3, son medidas a aplicar para conseguir el cumplimiento de este compromiso.

10. Desde la regulación normativa

Converger y racionalizar la iniciativa legislativa, se debe buscar la simplificación, garantizar la mínima carga administrativa para las empresas y lograr la máxima operatividad e inteligencia normativa.

Con la consecución de este compromiso supondría una mejora sustantiva de la normativa existente al incorporar unificación de criterios, mayor claridad para la ciudadanía así como una adaptación de la misma a la realidad del sector, y la no intrusión en aspectos que corresponden sectorialmente a otros organismos.

- Este tipo de desarrollo reglamentario de actividades y servicios turísticos incide directamente en la calidad de los mismos. En ese sentido, la adopción de medidas de

simplificación administrativa permite reducir la burocracia aumentando la eficiencia de la Administración, proporcionando con ello un entorno más favorable y transparente, lo que genera confianza y supone un incentivo para la creación de empresas turísticas y para la modernización de las ya establecidas, al facilitar el acceso de los agentes económicos con iniciativas para acometer inversiones.

Así mismo, un desarrollo reglamentario que esté en continua evolución para cubrir las necesidades del sector detectando y evitando las posibles carencias normativas, así como la regulación de las nuevas formas de turismo que puedan aparecer.

- A su vez, la reducción de cargas administrativas permite disminuir los costes de constitución y funcionamiento de las

empresas turísticas, pudiendo dedicar esos recursos liberados a la inversión y al crecimiento del sector, generando riqueza y empleo en el territorio andaluz y favoreciendo el impulso del turismo como elemento clave en el desarrollo económico.

- Para ello, la Administración debe seguir orientando su gestión a la simplificación y la mejora de la regulación de los procedimientos administrativos, así como al fomento de la participación y comunicación directa con el sector turístico. Desde la reducción de los plazos de tramitación de los procedimientos, la eliminación de duplicidades normativas ante la distribución de competencias pero también la participación de las empresas en la identificación de las medidas de mejora a priorizar.



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

6. Seguimiento y evaluación de los compromisos

El seguimiento, control y evaluación de la Alianza por un Turismo innovador y competitivo en Andalucía reside y corresponde a la Mesa del Turismo, órgano social tripartito y paritario, integrado por la Consejería de Turismo y Deporte, la CEA, UGT y CCOO de Andalucía.

La Mesa del Turismo constituye pues el marco apropiado para establecer los oportunos dispositivos de seguimiento, necesarios para verificar la implantación de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos generales contemplados en la Alianza y, en su caso, para la revisión de la formulación de los compromisos de la misma.

La Mesa del Turismo está constituida por

- Seis representantes de la **Consejería de Turismo y Deporte**
- Seis representantes de la **Confederación de Empresarios de Andalucía**.
- Tres representantes de **Comisiones Obreras de Andalucía**
- Tres representantes de la **Unión General de Trabajadores de Andalucía**

El ciclo de la gestión de la Alianza no resultaría completo sin la vertiente de difusión de los puntos fuertes y buenas prácticas identificadas en las distintas acciones promovidas desde cada compromiso, difundiéndolas por los medios que en cada caso se consideren idóneos. Por esta razón, desde el seno de cada entidad que conforma esta alianza se facilitará la difusión y participación; ofreciendo información clara, veraz y actualizada de las acciones y actuaciones que se realicen en el marco del acuerdo.

Los informes derivados del análisis y seguimiento de la misma proporcionarán información a la sociedad sobre el alcance de las acciones llevadas a cabo y deberán servir para alimentar la adopción de decisiones y detectar nuevas necesidades y problemas de carácter público, institucional y social en el ámbito del turismo en Andalucía.

Por su parte, el Portal Web de la Consejería de Turismo y Deporte puede ser una plataforma idónea para promocionar la difusión del seguimiento y los balances realizados.

Compromisos	Indicadores	Estándar
<p>1. Desde la concertación social:</p> <p>Garantizar la continuidad de la Mesa del Turismo como foro de diálogo, negociación y consenso en materia turística, que dé nuevos impulsos a la cooperación y competitividad turística.</p>	1. Balance anual del grado de cumplimiento del acuerdo.	1. Aprobación del Balance Anual en Mesa del Turismo.
	2. % de mesas celebradas relacionadas con la Alianza respecto a las propuestas realizadas.	2. Al menos el 50% de propuestas realizadas.
	3. Nº de objetivos alcanzados de los grupos de trabajo interno de naturaleza interdepartamental.	3. Al menos el 70% de los objetivos planteados en cada grupo de trabajo se haya alcanzado.
	4. Procedimiento para la participación y presencia de las Consejerías.	4. Aprobación del procedimiento de participación en la Mesa del Turismo.
	5. Procedimiento de seguimiento por territorio.	5. Aprobación del procedimiento de seguimiento territorial en la Mesa del Turismo.
<p>2. Desde la planificación y la estrategia:</p> <p>Impulsar y acelerar la ejecución de los distintos planes en materia de turismo en vigor así como de otros nuevos que den respuesta a necesidades detectadas</p>	1. Nº de acciones impulsadas en el seno de la Mesa que afecten al desarrollo de planes en ejecución.	1. Incremento del grado de avance en la ejecución de los planes aprobados.
	2. Nº de acciones impulsadas en el seno de la Mesa que apoyen la puesta en marcha de nuevos planes.	2. Reducción del Gap entre planes elaborados de nueva ejecución respecto a los previstos.
<p>3. Desde la identidad de Andalucía como destino turístico:</p> <p>Fortalecer la imagen única de “Andalucía” como marca de un destino, de instrumento de cohesión del turismo y de apuesta por la singularidad de la experiencia turística.</p>	1. Nº de convenios de colaboración vigentes con los Patronatos Provinciales de Turismo.	1. Al menos el 80% de los convenios de colaboración se renuevan.
	2. Nivel de Ejecución de los Planes de acción anuales.	2. Revisión del nivel de ejecución de los Planes de acción anuales.
	3. Nº de líneas de subvenciones que potencien el turismo en Andalucía.	3. Al menos el 80% de las subvenciones otorgadas apoyen la identidad de Andalucía como destino turístico.
	4. Nº de empresas incorporadas a la web de la Oferta Turística Motivacional - complementaria.	4. Incremento anual de al menos un 10 % de empresas.

Compromisos	Indicadores	Estándar
<p>4. Desde la identidad de Andalucía como destino turístico:</p> <p>Combatir y erradicar la competencia desleal y la economía sumergida o irregular que se sitúa al margen del marco institucional y, en particular, fuera de las normas turísticas, laborales y fiscales.</p>	1. Nº de colaboraciones para el intercambio de información en materia de control y supervisión de materias sectoriales que afectan al sector turístico empresarial.	1. Al menos el 80% de colaboraciones planteadas se hayan puesto en marcha.
	2. Nº de actuaciones inspectoras por programa, incluidos en los Planes de Inspección Turística.	2. Nº de programas incluidos en los Planes de Inspección programada.
	3. Desarrollo informático de un Registro de Turismo de Andalucía.	3. Puesta a disposición de la ciudadanía de una plataforma informática que dé soporte al Registro de Turismo de Andalucía.
<p>5. Desde la sostenibilidad:</p> <p>Elaborar un informe sobre la sostenibilidad del sector turístico andaluz.</p>	1. Nº de indicadores medioambientales de los grandes ámbitos geográficos de Andalucía.	1. Validación de los indicadores que deben conformar el Informe sobre la sostenibilidad del sector turístico andaluz.
	2. Nº de acciones de sostenibilidad impulsadas en el seno de la Mesa del turismo.	2. Propuesta al menos una acción anual para su desarrollo.
	3. Nº de medidas relacionadas con la sostenibilidad de PG TSA H2020 (programa de actuación P.22).	3. Supervisión de las medidas relacionadas con la sostenibilidad de PG TSA H2020 (programa de actuación P.22).
<p>6. Desde la colaboración - cooperación:</p> <p>Intensificar la colaboración público-público y la colaboración público-privada.</p>	1. Nº de instrumentos de colaboración-cooperación.	1. Puesta en marcha de instrumentos de colaboración-cooperación.
	2. Nº de medidas relacionadas con la colaboración-cooperación de PG TSA H2020 (programa de actuación P.2)	2. Supervisión de las medidas relacionadas con la colaboración-cooperación de PG TSA H2020 (programa de actuación P.2).
	3. Nº de buenas prácticas identificadas.	3. Relación de buenas prácticas identificadas.
	4. Nº de colaboraciones con los Departamentos de Turismo de las Universidades andaluzas y otros centros.	4. Formalización de colaboraciones con los departamentos de turismo de las universidades andaluzas y otros centros.
<p>7. Desde el desarrollo empresarial:</p> <p>Fortalecer la estructura y vertebración de organizaciones empresariales en la política turística de Andalucía.</p>	1. Nº de requisitos para la concesión de subvenciones turísticas e instrumentos de apoyo financiero.	1. Aplicar coeficientes de ponderación que reconozcan a las empresas que ofrecen garantías en la prestación de empleo de calidad y de sostenibilidad social, económica y medioambiental.

Compromisos	Indicadores	Estándar
<p>8. Desde la formación y la calidad:</p> <p>Contribuir mediante acciones y medidas a alcanzar una formación turística de calidad y velar por el correcto funcionamiento de los entes públicos de formación.</p>	1. Nº de medidas relacionadas con la formación de PG TSA H2020 (programa de actuación P.19).	1. Supervisión de las medidas relacionadas con la formación de PG TSA H2020 (programa de actuación P.19).
	2. Nº de Centros Integrados en la familia de turismo.	2. Red de centros integrados de FP de la familia de hostelería y turismo.
	3. Nº de alumnado que obtiene título o certificado de profesionalidad en la familia profesional de hostelería y turismo.	3. Revisión y actualización de los módulos formativos referidos a la cualificaciones profesiones de la familia profesional de Hostelería y Turismo.
	4. Nº de acreditaciones emitidas dentro del Plan experimental (2017-2020) para la evaluación y acreditación de competencias de cualificaciones en hostelería y turismo.	4. Puesta en marcha del Plan experimental (2017-2020) para la evaluación y acreditación de competencias de cualificaciones en hostelería y turismo.
	5. Nº de personas que obtienen acreditación oficial de Inglés B1.	5. Puesta en marcha del Plan de Choque formativo de inglés (B1).
<p>9. Desde la innovación:</p> <p>Fomentar la investigación turística, especialmente en los ámbitos de renovación de destinos y reposicionamiento de mercados, así como de nuevas formas de explotación turística que contribuyan al crecimiento, renovación de destinos y estabilidad del sector.</p>	1. Nº de acciones de cooperación con el Instituto Tecnológico Hotelero.	1. Formalización de las medidas de cooperación con el Instituto Tecnológico Hotelero.
	2. Nº de acciones llevadas a cabo por Andalucía Lab para la implementación de las nuevas tecnologías en el sector turístico.	2. Conocer el índice de implementación de nuevas tecnologías en el sector turístico derivadas de las acciones llevadas a cabo por Andalucía Lab.
	3. Nº de proyectos financiados por la Comisión Europea.	3. Presencia de la comunidad autónoma en los principales proyectos financiados por la Comisión europea.
<p>10. Desde la regulación normativa:</p> <p>Converger y racionalizar la iniciativa legislativa, buscando la simplificación, garantizando la mínima carga administrativa y lograr la máxima operatividad e inteligencia normativa.</p>	1. Nº Disposiciones de carácter general aprobadas en materia sectorial.	1. Revisión de la normativa adaptada a las necesidades detectadas.



Andalucía



Alianza por un Turismo Innovador y Competitivo en Andalucía

Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía
Confederación de Empresarios de Andalucía
Unión General de Trabajadores de Andalucía
Comisiones Obreras de Andalucía

